

# Los medios masivos como calmantes

Enrique Guinsberg\*

Se ha discutido frecuentemente acerca del impacto y las consecuencias que los medios masivos tienen en los receptores. En este artículo se aborda esta problemática desde una visión social vinculada a la comunicación y al psicoanálisis.

*There has been regular discussion about the impact and consequences that mass media might have on their public. This article talks about the topic from a social perspective related to communication and psychoanalysis.*

\* Profesor del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, Codirector de la Revista Subjetividad y Cultura. [gbje1567@cueyatl.uam.mx](mailto:gbje1567@cueyatl.uam.mx)

Al ser esta publicación producto no de una carrera específica sino de un Departamento que nuclea varias de las llamadas "Ciencias del Hombre", es importante la búsqueda de construcción de perspectivas que busquen intersecciones disciplinarias hoy no tan frecuentadas como deberían serlo, aunque lo son bastante más que en el pasado. Es la intención de este artículo que, aunque con base en dos de ellas, el campo de la *comunicación* y el *psicoanálisis*, implica una visión social general por las concepciones que se tiene de cada una de ellas como condensadoras de todo lo que actúa sobre el ser humano.

Los cambios que en los últimos años se han producido y se siguen produciendo en la investigación de las consideradas "ciencias de la comunicación" sin duda son grandes, notorios e importantes, pero seguramente más son los que faltan hacer. Y si la clara comprensión actual de que el estudio de los medios debe inscribirse en el marco de la cultura general constituye un paso central (aunque a veces tal premisa hace caer en exageraciones donde de alguna manera se pierde el estudio específico de los medios) (Guinsberg, 2001a), todo indica que aun no se comprende cabalmente -en las ciencias sociales en general y en la comunicación como parte de ellas- la necesidad impostergable de la incorporación de la noción de *subjetividad*.

Se sabe que la realidad es una totalidad no separada por las disciplinas creadas por el hombre. Pero si éstas fueron (y en cierta medida siguen siendo) una necesidad para la producción del conocimiento ante la imposibilidad o dificultad de abarcar tal totalidad, el momento actual indica la urgencia de la ruptura de los marcos disciplinarios cerrados y la necesidad de apertura hacia el estudio de los vínculos y relaciones entre aspectos hoy total o parcialmente separados.

En este sentido es válido el categórico señalamiento de Cerroni de que "justamente la condensación y oclusión interdisciplinar que los

problemas ofrecen en nuestra época son las que inclinan a acoger la exhortación de Russel Ackoff: 'debemos dejar de actuar como si la naturaleza estuviese organizada en disciplinas del mismo modo como lo están las universidades'. En efecto, frente a la complicación de nuestro tiempo, es importante intentar alcanzar a algún nivel -en el curso de las investigaciones- la conciencia, aunque sólo sea elemental, de que nuestros problemas de especialistas constituyen articulaciones de un problema general y común, como nuestros destinos" (Cerroni, 1973, p. 10).

Si lo conocido como *interdisciplinario* ha sido y es un avance -aunque relativo porque, pese a que se intenta ver un problema desde distintas perspectivas, se mantienen los límites disciplinarios-, la *transdisciplinariedad* constituye una búsqueda nada simple, en sus inicios y aún poco transitada pero indicativa de "la posibilidad de formular una investigación no como coordinación de trabajos parciales que partan de las disciplinas particulares, sino formulado desde el inicio como un estudio integral de problemas de la realidad no encasillables dentro de los límites de tales disciplinas" (García, 1982).

Es indudable que el conocimiento psicológico en general, y el psicoanalítico en particular, han tenido y tienen importantes desarrollos teóricos que en este siglo han permitido una muy diferente visión del hombre y de la realidad social. Por lo que negar, desconocer o desvalorizar tales aportes no tiene ninguna justificación (aunque, claro, esto no implica que no se critiquen o cuestionen algunos o muchos de tales aportes). Pero lo que hoy resulta fundamental e impostergable es avanzar en los que de alguna manera pueden entenderse como terrenos límites con otros ámbitos de mutua influencia e interpenetración, pero escasamente analizados y menos todavía con el rigor necesario. En este sentido deben

destacarse esencialmente las vinculaciones y problemáticas *psicosociales*.

Con esto último quiere señalarse que, si bien se ha repetido hasta el hartazgo que no existe una parte *psíquica* y otra *social* sino una unidad inseparable, en los hechos se mantienen separaciones evidenciables en que no siempre (o incluso pocas veces o de manera superficial o aparente) el campo *psi* conoce y estudia de manera precisa como el llamado *Sujeto* es determinado por relaciones sociales concretas, mientras que las ciencias sociales en general, con escasas excepciones, tienen un lamentable desconocimiento de la subjetividad.

No es la intención de este trabajo hacer un análisis del problema ni del por qué del mismo (luego se indicarán textos donde esto es abordado), sino plantear algunas observaciones acerca de cómo los estudios exclusivamente disciplinarios impiden un avance en el conocimiento de dos terrenos, *comunicación* y *psicología*. Es cierto que desde hace años algunos comunicólogos y psicólogos comprenden la necesidad de incluir los aportes del otro campo -en realidad nadie lo podría negar ni lo hace-, pero las más de las veces ello queda en formulación de deseos sin mayor concretización. Y con las carencias que eso produce.

En trabajos anteriores he señalado tal necesidad e incluso encarado un inicio de esa tarea (Guinsberg, 1988, 1991a, 1994), que en líneas generales plantea lo imperioso de la construcción de una dialéctica entre los procesos de *emisión* y de *recepción* de los contenidos de los medios masivos de difusión, facetas imposibles de abarcar sin una *integración* (subrayado para indicar que no se trata de una suma) de conocimientos sobre aspectos político-sociales y subjetivos.

La importancia del problema surge de la trascendencia y magnitud actual y desde hace ya tiempo, de los medios masivos de difusión,

para muchos estudiosos hoy las *instituciones hegemónicas* del mundo presente. En consecuencia resulta imperioso estudiar el aporte de ellos al proceso de constitución del modelo de Sujeto psíquico que cada marco social requiere para su mantenimiento y reproducción.

Pero ¿puede incluirse a los medios cuando la mayor parte de los estudios clásicos han visto y ven a la familia como la institución básica en tal proceso? Al respecto debe entenderse que si bien la familia sigue teniendo un rol fundamental y por el momento irrenunciable, también es cierto que su peso es ya bastante menor al de épocas pasadas y que otras instituciones, los medios en primer término, ocupan un lugar que no puede negarse. En esta perspectiva ya en la década de los '50 Marcuse planteaba el problema: "El desarrollo social, que ha destronado al individuo como sujeto económico, también ha reducido al mínimo la función individualizadora de la familia en favor de potencias mucho más efectivas. La nueva generación es llevada hacia el principio de realidad menos por medio de la familia que por medios exteriores a ésta; la juventud aprende a conocer las formas de comportamiento y las reacciones socialmente útiles fuera de la protegida esfera privada de la familia. El padre moderno no es ningún representante efectivo del principio de realidad y la relajación de la moral sexual facilita el dejar atrás el complejo de Edipo: la lucha contra el padre ha perdido mucho de su decisiva importancia psicológica" (Marcuse, 1971, p. 538). Y años más tarde completa su idea: "Desde el nivel preescolar, las pandillas, la radio y la televisión establecen el modelo de conformismo y la rebelión; las desviaciones del modelo son castigadas no tanto dentro de la familia como fuera de ella y en su contra. Los expertos en los medios de difusión transmiten los valores requeridos; ofrecen perfecto entrenamiento en eficiencia, tenacidad, personalidad, sueños, romances. Contra esta educación la familia ya no puede competir" (Marcuse, 1986, p. 109).

Más allá de la discusión y posible exageración sobre lo que dice respecto al complejo de Edipo, lo incuestionable es que hoy los medios (sobre todo la TV) es para los niños, y prácticamente desde el mismo nacimiento, parte de la ecología familiar (Arredondo, 1989, p. 8), están con ella más tiempo que en una escuela que les resulta mucho menos agradable y divertida, y seguramente aprenden más allí respecto a la vida, costumbres y normas sociales.

Es por ello que no constituye ninguna exageración afirmar que *los medios son actualmente una verdadera "escuela" para la estructuración de los Sujetos*. Desde una perspectiva teórica psicoanalítica -y como parte de la relación hombre-cultura-, no puede dejar de estudiarse y comprenderse su aporte a la conformación del Aparato Psíquico: son quienes más ofrecen en el señalamiento de una determinada visión de lo que se convertirá en *principio de realidad* (que, como es conocido, tiende a reemplazar al *principio del placer* de los inicios de la vida del niño), y ofrecen constantes y múltiples *modelos identificadorios* -ambas cosas centrales para la constitución del Yo-, a más de mostrar de manera permanente qué es lo bueno y lo malo (con sus consecuentes premios y castigos), que se convierten en ejemplos para el Superyo. A esto deben agregarse técnicas para lograr lo que se indica, propuestas de cumplimiento de deseos, ofrecimiento de fantasías, y muchos etcéteras más.

Claro que los contenidos de los medios obtienen éxito porque ofrecen respuestas a las *necesidades subjetivas* de los receptores, fundamentalmente a aquellas de tipo emocional y afectivo. *Y este es un aspecto sobre el que el psicoanálisis puede ofrecer mucho para la comprensión de lo que pasa en el llamado "momento de la recepción"*.

Aunque hoy resulte extraño y produzca múltiples autocríticas de los comunicólogos, hasta hace muy poco tiempo se veía a los

receptores como sujetos pasivos en la aceptación de lo que los medios le brindaban (se conoce con los nombres de "teoría de la bala" o "aguja hipodérmica" estos "efectos" supuestamente inevitables y de notoria base conductista). Son por eso muy nuevos y prácticamente en sus inicios los estudios sobre el *proceso de la recepción*, y por tanto todavía más en la búsqueda de respuestas que de encuentro de éstas.

Y si el campo *psi* (psicólogos, psiquiatras, psicoanalistas, psicopedagogos, etc) hoy no puede prescindir de los aportes de los medios en la conformación de la psico(*pato*)logía de los sujetos actuales, *los comunicólogos no llegarán muy lejos si persisten (como ocurre de manera dominante) en ignorar el mundo de una subjetividad que determina -en función de deseos, carencias, necesidades, etc-, la búsqueda, elección o rechazo de programas y propuestas, la lectura de los mismos y las significaciones que les dan, etc.*

No es el objetivo de este artículo el desarrollo del aporte de los medios a la construcción de la estructura del *sujeto psicosocial* (se reitera que no solos sino como parte de otras instancias), ya hecho en trabajos anteriores señalados, sino ver cómo un texto de Freud -aquí considerado de particular relevancia en general pero para esta problemática en particular- puede ser muy útil para la búsqueda integración de perspectivas disciplinarias.

## El malestar en la cultura y sus "calmantes"

Ya en trabajos anteriores (Guinsberg, 1991b, 1994, 1997, 2001) fue planteada la necesidad de considerar a *El malestar en la cultura* el centro de la obra de Freud, lectura del psicoanálisis que coloca, de manera más clara y manifiesta que en otras, los aportes teóricos y

técnicos de esta escuela en el contexto de la relación entre subjetividad y procesos sociales<sup>1</sup>, lo que ofrece una perspectiva diferente a las tradicionales, hegemónicas y *domesticadas*<sup>2</sup> de ese campo teórico. En tal lectura resulta de fundamental importancia considerar y comprender, por su peso en nuestros tiempos, la incidencia de los medios masivos de difusión en tal proceso, problema también encarado en publicaciones anteriores que serán el contexto del presente ensayo (Guinsberg, 1985-1988-2003, 1990-91, 1991c) donde se busca estudiar un punto de conexión entre un fundamental señalamiento de *El malestar en la cultura* y la acción de los medios.

Como es conocido, Freud escribe en tal obra algo que puede verse como una síntesis de su planteo y que abre interesantes perspectivas de análisis: "La vida, como nos es impuesta, resulta gravosa: nos trae hartos dolores, desengaños, tareas insolubles. *Para soportarla, no podemos prescindir de calmantes*. Los hay, quizá, de tres clases: poderosas distracciones, que nos hagan valuar en poco nuestra miseria; satisfacciones sustitutivas, que la reduzcan, y sustancias embriagadoras que nos vuelvan insensibles a ellas. *Algo de ese tipo es indispensable*" (Freud, 1976a, p. 75, subrayado mío).

Surgen entonces diferentes preguntas que no sólo importan sino también exigen respuestas. Entre ellas si el incuestionable éxito que

---

<sup>1</sup> Tampoco es este el lugar para un estudio de los contenidos generales de esta obra, ni tampoco para sus limitaciones.

<sup>2</sup> En los trabajos antes citados se entendía como psicoanálisis domesticado al que, cayendo en posturas exclusivamente psicologistas, soslaya, niega o desvaloriza los aportes sobre la subjetividad de las relaciones sociales de cada momento histórico concreto, lo que resulta muy útil a los sistemas de dominación para que no se les vea como intervinientes en la producción de la psico(pato)logía existente.



tienen actualmente los medios masivos de difusión en general y la televisión en particular, con un desarrollo cada vez mayor gracias a los actuales progresos tecnológicos, no lo es porque cumplen algunas o todas las funciones que señala Freud, y, en caso afirmativo, por qué y cómo lo hacen. En cuanto a las características gravosas de la vida, punto de partida de la aseveración freudiana, en su obra tiene un carácter estructural y permanente -"el irremediable antagonismo entre las exigencias pulsionales y las restricciones impuestas por la cultura" (Strachey, 1976, p. 60) -, pero que debe concretarse para las peculiaridades específicas de cada sujeto, su momento histórico y los instrumentos que éste ofrece, a niveles individuales y colectivos, para servir como "calmantes": *generalización que exige su particularización* para no quedar como formulación abstracta que dice mucho y poco a la vez.

Por supuesto que ya mucho se ha estudiado y escrito respecto a los múltiples *por qué*s que dan cuenta y explican la capacidad de impacto de los medios masivos sobre los sujetos, y no es por supuesto casual que en los últimos años los comunicólogos hayan comenzado a preocuparse y a estudiar (aunque de manera bastante confusa<sup>3</sup>) el llamado "proceso o momento de recepción". En este sentido una formulación tan amplia como válida es señalar que, de diferentes maneras y en distintas medidas, la aceptación de los medios en general y de cada una de sus ofertas específicas en particular obedece a *si satisfacen, aunque sea de manera parcial, las necesidades del público, no importando si lo hacen de manera real o ilusoria*<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Sobre esto véase Guinsberg, E., 1991c y 1993.

<sup>4</sup> Un desarrollo mucho más amplio del problema puede verse en el capítulo 10, "La otra parte del problema: las necesidades de los receptores", del libro Guinsberg, 1988.

Esto porque las necesidades pulsionales chocarán, tal como se señaló antes, con los imperativos culturales, razón por la que "la cultura debe ser protegida contra los individuos, y sus normas, instituciones y mandamientos cumplen esa tarea; no sólo persiguen el fin de establecer cierta distribución de los bienes, sino el de conservarlos; y en verdad deben preservar de las mociones hostiles de los hombres todo cuanto sirve al dominio sobre la naturaleza y a la producción de bienes" (Freud, 1976b, p. 6). "Toda cultura -sigue diciendo- debe edificarse sobre una compulsión y una renuncia de lo pulsional; ni siquiera es seguro que, en caso de cesar aquella compulsión, la mayoría de los individuos estarían dispuestos a encargarse de la prestación de trabajo necesaria para obtener nuevos medios de vida. Yo creo que es preciso contar con el hecho de que en todos los seres humanos están presentes unas tendencias destructivas, vale decir, antisociales y anticulturales..." (Freud, 1976b, p. 7).

Frente a esta renuncia al cumplimiento total de los deseos pulsionales agresivos y sexuales se impone una contraparte: "Lo decisivo será que se logre (y la medida en que se lo logre) *aliviar* la carga que el sacrificio de lo pulsional impone a los hombres, *reconciliarlos* con la que siga siendo necesaria y *resarcirlos* por ella" (Freud, 1976b, p. 7, subrayado mío). En la obra citada Freud indica el papel que cumplen las representaciones religiosas, pero gran parte de lo señalado respecto a éstas es también válido para explicar la función de los medios de difusión en nuestra sociedad actual.

Incluso el mismo Freud abre una puerta al preguntar si "no serán de parecida naturaleza otros patrimonios culturales que tenemos en alta estima y por los cuales regimos nuestras vidas" (Freud, 1976b, p. 32, subrayado mío). Y por supuesto responde afirmativamente con base en el conocimiento de que el objetivo que hace surgir tal necesidad es uno: "Éstas que se proclaman enseñanzas [las religiosas y otras

que cumplan tal papel] no son decantaciones de la experiencia ni resultados finales del pensar: *son ilusiones, cumplimientos de los deseos más antiguos, más intensos, más urgentes de la humanidad; el secreto de su fuerza es la fuerza de estos deseos*" (Freud, 1976b, p. 32, subrayado mío).

Si todo esto lo vinculamos a lo indicado precedentemente respecto a lo que Freud llama *calmantes* (o *muletas*), resulta evidente e incuestionable que los medios masivos de difusión hoy se hacen cargo de tal tarea en las tres funciones señaladas por el creador del psicoanálisis e incluso en otras que no menciona. Esto, por supuesto, no significa que lo hagan de manera exclusiva y reemplazando de manera total y absoluta a otros *calmantes* utilizados anteriormente: es, por ejemplo, el caso de las representaciones religiosas que, de manera muy diferente a lo vaticinado por el mismo Freud, no han decaído ante el avance de la racionalidad sino se mantienen e incluso aumentan su importancia en los momentos actuales. Pero esto último sería otro problema a analizar como parte de un contexto más amplio<sup>5</sup>.

Actúan obviamente proveyendo de *satisfacciones sustitutivas*, no sólo respecto al cumplimiento de los deseos pulsionales en sentido abierto, sino también en lo relacionado a las múltiples derivaciones de estos

---

<sup>5</sup> En otro trabajo se formula la hipótesis de que el actual desarrollo de tendencias religiosas en general y de algunas de mayor crecimiento en particular, así como de múltiples posturas fundamentalistas, tiene que ver con las formas culturales presentes donde los sujetos requieren encontrar creencias que den significación a sus vidas frente a la vaciedad del mundo de las mercancías y del "hedonismo epidérmico" que se ofrece como respuesta y solución a sus necesidades (sobre esto véase Guinsberg, 1994).

y en torno a las "necesidades"<sup>6</sup> que promueven las diferentes formas culturales. La idea de *sustitución* claramente significa el suministro de algo diferente a lo original y que *parece* cumplir en alguna medida el deseo pero sin hacerlo realmente o haciéndolo de una manera cuantitativa y cualitativa distinta: es por tanto un reemplazo que hace creer en la realización de las pulsiones y sus derivados *pero sin hacerlo*.

Sobre esto resulta interesante lo que sobre *Formación sustitutiva* escriben Laplanche y Pontalis (1971, p. 167): "Designa los síntomas o formaciones equivalentes, como los actos fallidos, los chistes, etc., en tanto que reemplazan los contenidos inconscientes. Esta sustitución debe entenderse en un doble sentido: *económico*, por cuanto el síntoma aporta una satisfacción que reemplaza al deseo inconsciente; *simbólico*, al ser sustituido el contenido inconsciente por otro siguiendo ciertas líneas asociativas", todo esto producto del desplazamiento y de la condensación. Por supuesto en este caso no se trata de síntomas en sentido estricto sino que entraría un un sentido muy amplio en lo que los autores designan como *formaciones equivalentes*.

Es en este contexto que se comprende que una muy amplia parte de los contenidos de los medios toca temáticas vinculadas al *amor* y a la *agresión*, precisamente aspectos pulsionales que, aunque de diferentes maneras, siempre han sido y siguen siendo controlados y

---

<sup>6</sup> Como es conocido es muy difícil una definición estricta del concepto de necesidades. Al respecto véase una discusión en mi libro Guinsberg, 1987, cap. III. Para lo aquí planteado son muy interesantes las observaciones de Marcuse, 1985, p. 35 en *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, 1985 Origen/Planeta, México, 1985, p.35.

delimitados por todas las formas culturales. Al respecto recuérdese la afirmación freudiana de que "el programa que nos impone el principio de placer, el de ser felices, es irrealizable; *empero, no es lícito -más bien, no es posible- resignar los empeños por acercarse de algún modo a su cumplimiento; para esto pueden emprenderse muy diversos caminos [...]* Por ninguno de ellos podemos alcanzar todo lo que anhelamos" (Freud, 1976a, p. 83, subrayado mío).

Muy diversos caminos que se sirven de conocidos mecanismos psíquicos, entre ellos la *fantasía*, la *identificación*, la *capacidad catártica*, etc. En este sentido es también importante recordar como los productores de esas programaciones han logrado y logran una notoria adhesión de los receptores pese a que, desde una perspectiva estructural, la mayor parte de tales contenidos no son sino infinitas variaciones de muy pocos temas donde siempre el final es conocido (el triunfo de los "buenos" y de las posturas morales aceptadas) aunque con expectativas sobre cómo se llegará a él. Pero si en tiempos pasados las tramas de las historias eran producto de autores que captaban las problemáticas de una manera más o menos intuitiva y por ser parte de una perspectiva cultural compartida, hoy en muchos casos surgen de la aportación del conocimiento y estudio de múltiples profesionales específicos y de rigurosos análisis de mercado.

De cualquier manera, y en tanto los requerimientos del principio del placer nunca alcanzan su realización de manera absoluta -y la mayor parte de las veces se encuentran muy lejos de la perfección deseada, máxime en nuestros tiempos donde la soledad alcanza muy altos niveles- siempre se mantiene la búsqueda a través de formas sustitutivas *que hoy los medios ofrecen en variantes de todo tipo y para todas las necesidades* (máxime en momentos en que la tecnología posibilita el acceso a sistemas de difusión inexistentes hace pocos

años (redes vía satélite con centenares de opciones por ejemplo<sup>7</sup>). Por eso tienen éxito hasta las fantasías más increíbles y delirantes desde el punto de vista racional.

Aunque en este sentido debe recordarse que muchas veces los intelectuales y los analistas de contenido buscan con la razón lo que los sectores masivos aceptan con base en sus necesidades y carencias emocionales. Sobre esto es muy aleccionadora la experiencia que destacan los Mattelart, que recuerdan una carta que les enviara Martin-Barbero en 1984 donde les contaba que, al llevar a sus alumnos al cine a ver una película melodramática, vieron que lo que a ellos les causaba risa provocaba lágrimas en el público, lo que le provocó lo que definió como un *escalofrío epistemológico*: "Yo miraba a esos hombres, emocionados hasta las lágrimas, viviendo el drama con un placer formidable... y al salir me rompía la cabeza preguntándome: ¿qué tiene que ver el film que yo veía con el que veían ellos? Si lo que a mí me hastiaba, a ellos les encantaba, ¿qué había allí que yo no veía y ellos sí? ¿Y de qué les va a servir a estas gentes mi lectura ideológica por más que la aterrice a su lenguaje, si esa lectura le será siempre del film que yo ví, no del que vieron ellos? Yo andaba por ese entonces

---

<sup>7</sup> En realidad aquí podría discutirse hasta qué punto son realmente opciones o variantes de una oferta similar como ocurre en México entre las dos redes privadas de TV, y ocurre en las redes transnacionales existentes, con preeminencia absoluta de lo que se conoce como "pensamiento único" desde que Ignacio Ramonet acuñara ese término (Ramonet, 1998). Pero a diferencia de los sistemas claramente totalitarios donde siempre existió una voz única, en estos casos se hace creer que existen voces diferentes -lo que es cierto sólo de manera muy reducida-, en un contexto de predominio de un discurso hegemónico dominante, hoy en gran medida globalizado, con escasas posturas realmente alternativas. Por supuesto esto es agravado por la existencia de consorcios mediáticos -como parte de otros políticos y económicos- cada vez más concentrados (sobre esto véase una síntesis en Maza, 2000).

encantado por las pistas que abría la semiología... y hasta allí llegó mi encanto. Y tengo cientos de páginas escritas, que no me atrevo a publicar, en las que en el fondo no hago sino en dar vueltas en torno a una pregunta que hace años me ayudó a formular Dufrenne: ¿por qué las clases populares invierten deseos y extraen placer de esa cultura que les niega como sujetos?" (Mattelart, A. y M. 1987a, p. 119).

De tal observación esos autores concluyen con algo conocido por el mundo *psi* (aunque éstos estudian poco a los medios y entre ambos campos profesionales existe el incomprensible abismo que se indicó al comienzo): "El placer, de ahora en adelante, es el elemento de un paradigma llamado a renovar los enfoques de la cultura mediática [...] Las nociones de placer y de deseo son puntos centrales en las estrategias de quienes hoy todavía piensan en términos de conquista de audiencia de masas y de industrialización de los contenidos" (Mattelart, 1987, p. 128 y 132). Claro que el placer que ofrecen los medios hegemónicos no serán antagónicos con los intereses de la cultura y formas de dominación vigentes: "Simplifican -es lo menos que se puede decir- el problema planteado por esta demanda popular al retener sólo su faceta consensual, coherente con el orden de las cosas; es una manera de imaginar el placer que reprime sus potencialidades subversivas" ( *Idem*, p. 132).

Las tendencias agresivas son el otro aspecto pulsional en el que los medios actúan como notorios *calmantes* de los deseos insatisfechos, y en este sentido, más allá de la discusión respecto a la validez de la noción de "pulsión de muerte" planteada por Freud en 1920 (aceptada o negada en diferentes escuelas psicoanalíticas), resulta evidente que esto puede ser una importante contribución a la polémica sobre las causas del alto grado de contenidos violentos de los medios. Al respecto recordemos la vieja afirmación de los productores de que

ofrecen al público lo que éste quiere, sin por ello olvidar que múltiples veces aquellos fomentan determinados programas y contenidos de acuerdo a las necesidades de un marco cultural, los que no tendrían gran audiencia de no responder a las necesidades de los sujetos y los grupos sociales.

Esto se remarca porque tales contenidos violentos parecen responder actualmente al menos a dos causas: la señalada respecto a la canalización simbólica de las tendencias agresivas, pero también a que muestran un camino congruente con las formas culturales del modelo neoliberal donde los comportamientos solidarios son reemplazados por una competencia que puede llegar a ser de todos contra todos en la que no se excluyen las soluciones violentas para el logro de los objetivos propuestos. En este sentido en otro texto se formula la idea de que, pese a las viejas y constantes objeciones y críticas de múltiples sectores sobre los dominantes contenidos violentos en los medios (de ficción y reales), la persistencia y crecimiento de éstos responde a la necesidad de mostrar desde la más tierna infancia, y más desde el predominio del *socialdarwinista* modelo neoliberal, cómo la violencia es imprescindible para la subsistencia y el triunfo (Guinsberg, 2000).

Sin negar la posible responsabilidad de los directivos de los medios en la supuesta promoción de la violencia, no pueden olvidarse dos aspectos que muestran que en todo caso el problema es mucho más complejo: en primer lugar que los medios generalmente son transmisores más que creadores de formas culturales, y en segundo lugar que, pese a las fuertes acusaciones provenientes de los más diversos sectores, hasta ahora han sido escasas las limitaciones puestas sobre tal difusión de la violencia. *Lo que mostraría que la misma cumple las funciones señaladas en el párrafo anterior, con el papel de "calmante" que ello implica.*



En otro terreno dentro del mismo problema ya se vio que, antes de su análisis del *malestar en la cultura*, Freud estudió los orígenes y significaciones de las prácticas religiosas, atribuyéndoles también la función que luego definiría como de *calmantes*. Estas creencias y prácticas existen desde los tiempos más remotos y son por tanto muy anteriores a los del surgimiento de los medios en este siglo, pero no puede dejarse de lado cómo actualmente éstos difunden a niveles masivos lo que antaño eran actividades realizadas en ámbitos reducidos. Si bien en México la transmisión radial y televisiva de prácticas religiosas no ha existido por limitaciones políticas conocidas, otros países siempre las tuvieron, y en los últimos tiempos los viajes y ceremonias papales, por ejemplo, llegaron a tener una difusión planetaria gracias a tal transmisión de los medios masivos. Por supuesto algo parecido también ocurre con otras religiones o marcos ideológicos que pueden funcionar como tales<sup>8</sup>.

Lo que no estudió ni planteó Freud fue la importancia del mundo de las *mercancías* en el papel de los *calmantes* esenciales de la sociedad capitalista desarrollada. Si bien esto es una problemática que excede al presente trabajo, sí corresponde destacar cómo los medios siempre han sido los principales portavoces de la promoción y difusión de las mismas: si por un lado la absoluta mayoría de ellos viven de los anuncios publicitarios -que llenan una porción considerable de sus espacios-, por otro los contenidos de sus programaciones incluyen,

---

<sup>8</sup> En el sentido de lo planteado en un trabajo anterior sobre el carácter de "religiones laicas" que pueden cumplir no escasos marcos teóricos - para muchos lo fueron de hecho el psicoanálisis y el marxismo, aunque por sí mismos no lo son en sus sentidos originales, y pueden ser vistos como las críticas más rigurosas y profundas a las ideas religiosas-, como lo han sido y son múltiples modas y costumbres profanas (Guinsberg, 1996). En otro sentido véanse los planteos de Goethals, 1986.

de manera manifiesta o latente, la importancia de las mismas para el logro de prácticamente todos los objetivos de felicidad, tranquilidad, comodidad, etc. de los seres humanos. Sin duda alguna no es exageración decir que *el mundo de los medios es el mundo de las mercancías*, hecho que los niños absorben desde la más temprana infancia y continúan percibiendo a lo largo de toda la vida<sup>9</sup>.

En cuanto a los medios como *diversiones* -otro de los calmantes señalados por Freud- es casi innecesario hacer mayores puntualizaciones al ser evidente que son los principales proveedores de ellos, sobre todo para las mayorías populares y marginadas que no pueden acceder a otras diversiones que por supuesto buscan el conformismo y prácticamente nunca tienen una perspectiva crítica. Dadas las limitaciones de espacio para este trabajo baste señalar al respecto una contundente y en su momento muy difundida afirmación del propietario del mayor emporio televisivo mexicano: "México es un país de una clase modesta muy jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil [...] En pocas palabras, nuestro mercado en este país es muy claro: la clase media popular. La clase exquisita, muy respetable, puede leer libros o *Proceso* para ver que dicen de Televisa. Estos pueden hacer muchas cosas que los divierten, pero la clase modesta, que es una clase fabulosa y digna, *no tiene ninguna manera de vivir o de tener acceso a una distracción más que la televisión*" (Corro, 1993, p. 27, subrayado mío).

Pero si requiere mayor precisión entender a los medios como *sustancias embriagadoras*, ya que no lo son en el sentido estricto con que se entienden tales calmantes (bebidas alcohólicas y drogas), pero

---

<sup>9</sup> Datos estadísticos y cualitativos se encuentran en un libro mío anterior (Guinsberg, 1987).

pueden serlo en tanto produzcan adicciones que, como se sabe, desde hace mucho preocupan a maestros, comunicólogos y *psis*. Adicciones vinculadas tanto a los amplios tiempos de recepción de los medios (en este caso sobre todo la televisión), como a la dificultad o imposibilidad de prescindir de ella.

En este sentido se conocen múltiples datos estadísticos que muestran que el tiempo que los niños pasan frente al televisor es bastante mayor al que ocupan en la escuela y otras actividades, situación de alguna manera fomentada por la "cultura televisiva" de nuestro tiempo y por los propios padres para poder dedicarse a sus ocupaciones, por escasez o inexistencia de espacios libres para juegos, por los presuntos o reales peligros de la vida ciudadana, etc. (Erausquin, Matilla, Vázquez, 1984). De allí que muchos estudiosos hablen de la "droga electrónica" o un centro de estudios especializado publique un libro colectivo que desde su mismo título plantea esa posibilidad (Sánchez Ruiz, 1989), de la misma manera que frecuentemente se afirma en términos coloquiales y en el imaginario colectivo.

Sin duda lo aquí planteado no es un panorama completo del problema, pero ofrece material para la continuación de un estudio que, tanto desde la perspectiva psicoanalítica como de la comunicológica, abre un serio e importante interrogante así como la vinculación de tal escuela con los procesos sociales y su acción sobre la subjetividad.

## Las telenovelas y nuestra realidad como ejemplos concretos

En un artículo anterior (Guinsberg, 1998) se planteaba que tal vez sea en las telenovelas donde se condensa todo lo anteriormente expuesto, al ser ellas clara expresión de contenidos emocionales de todo tipo dirigidos esencialmente a sectores populares y medios de

una población sin niveles intelectuales y culturales que les hagan preferir (y buscar) producciones más elaboradas y menos esquemáticas. En las obras de este género -claramente preferidas y seguidas por amplios sectores de la población latinoamericana, pero también de otras zonas a donde son exportadas, lo que indica que sus contenidos tienen una receptividad con base en significaciones similares y universales- la trama puede ser más o menos retorcida o compleja, pero difícilmente el final no será el deseado por su público con base en el triunfo de los "buenos" y la consiguiente derrota de "los malos". Pero no sólo por imperativos éticos y morales congruentes con las normas vigentes -en un tiempo no lejano esto era prácticamente obligatorio en muchos países- sino porque su público, casi siempre mayoritariamente femenino, ve reflejadas en ellas sus deseos, aspiraciones y expectativas. De allí surge su notorio éxito, confirmándose lo indicado por uno de los que la han estudiado acerca de que las telenovelas, como antes lo fueron las radionovelas y en general la literatura llamada rosa, "tienen mucha eficacia social precisamente porque representan situaciones elementalmente humanas" (González, 1987: p. 28).

Con esto último quiere decirse la capacidad de transmitir situaciones en gran medida compartidas por importantes sectores de la población, que las sienten como propias, tal como lo destaca otro analista que formula interrogantes sobre las causas de tal aceptación: "Hay preguntas complementarias que deben plantearse respecto a la dinámica de la recepción. ¿Por qué la gente prefiere cierto tipo de dramas y no otros? ¿Qué tanto saca la gente del bagaje de imágenes y significados ofrecidos por los teledramas para construir sus visiones del mundo social y definir su lugar en él? ¿Cómo integran esos significados mediados con su experiencia personal concreta?" (Murdock, 1987: 69). Pero Jesús Galindo apunta más claramente al comprender que "la telenovela se ordena dentro de un campo de

organización de las relaciones humanas *donde lo emocional es central*" y vincularse con la vida real: "Tanto en la textualidad de la telenovela como en la composición de la vida social se presentan las relaciones sociales *como intensamente afectivas*, lo que hace la narración televisiva es componerse sustancialmente de este ordenamiento objetivo y subjetivo; es decir, lo que sucede en la telenovela *también sucede en la vida común*, sólo que en la vida común además suceden otras situaciones y otros énfasis. La vida común es más rica que la vida representada en la telenovela, pero es la vida representada ahí". Como "las situaciones percibidas son vividas por identificación", Galindo considera que "conociendo a fondo el fenómeno telenovela aparecerán con claridad componentes centrales de la composición subjetiva del mundo de hoy, los que se refieren a las expectativas y condiciones de la esperanza y acción de los actores sociales de nuestro medio" (Galindo, 1987: 104, 107, 107 y 116, subrayado mío).

Otra estudiosa del problema también hace énfasis en la *identificación*<sup>10</sup> del público con situaciones y personajes: "Como *reconocimiento*,

---

<sup>10</sup> La noción de identificación tiene una fundamental importancia para el psicoanálisis, y lo es también para el estudio tanto del proceso de recepción de los medios como para la aportación de estos a la estructuración del sujeto psicosocial. Según un muy famoso Diccionario de psicoanálisis (Laplanche y Pontalis, 1972, p. 190), identificación "es el proceso psicológico mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad, un atributo de otro y se transforma, total o parcialmente, sobre el modelo de éste". Para el tema de este artículo, aunque sin negar su importancia al respecto, no se trata tanto como de las producidas en la temprana infancia donde, "la personalidad se constituye y se diferencia mediante una serie de indentificaciones" -con los padres, familiares, maestros, personas cercanas, etc., sino del vínculo que los receptores tienen con los protagonistas de las telenovelas, a los que ven cercanos en sus vivencias y compartiendo con ellos afectos, emociones, triunfos, derrotas, etc., por lo que descargan y proyectan en los mismos sus necesidades psíquicas.

porque la familia se ve allí en el texto, sus personajes y conflictos, los que son defendidos y comprendidos o negados y criticados; también como *expresión de la superación* de los conflictos, que va más allá del reconocimiento presente y pasado y alude a la propia esperanza de cambio". En lo que respecta a los valores, acota algo muy importante vinculado con la satisfacción de deseos y la fantasía: "Frente a la definición del propio ordenamiento moral, se distinguen dos procesos: en primer lugar, los comentarios dan cuenta de una actividad de confirmación constante de los propios valores; la telenovela sería en ese sentido una corroboración, un espacio de afianzamiento de la identidad ideológico-moral. Pero paradójicamente el propio texto motiva flexibilidades, formuladas como comprensiones que saltan los límites de la confirmación. Por ejemplo, se aceptan relaciones de infidelidad que en la vida real no se permitirían. Hasta se alienta que la víctima se rebele y abandone la familia, que se produzcan cambios" (Alfaro, 1987: 147-7).

Algo similar plantea un connotado investigador de Brasil, otro de los países donde la producción y consumo de las telenovelas han alcanzado un primerísimo lugar, pero con niveles de realismo y vinculación con las problemáticas de los sectores populares inexistentes en otros países<sup>11</sup>. Para él "los usuarios de la TV quedaron fascinados con la posibilidad de ejercitar su fantasía cotidiana a través de producciones artísticas, en las que podían reconocerse a sí mismos y a su medio ambiente". Materiales que cumplen "el papel de ofrecer al brasileño desarraigado que perdía su identidad cultural, un espejo glamurizado *más próximo a la realidad de su deseo que a la realidad de su vida*", y atrayendo por dar un tratamiento adecuado a las emociones

---

<sup>11</sup> Un muy interesante análisis de las telenovelas brasileñas puede verse en Mattelart, 1987.

novelescas' de los telespectadores". Posibilitan por eso una especie de "catarsis colectiva" (Marques de Melo, 1987: 261, 262, 263-4 y 266, subrayado mío).

Existe por tanto amplia coincidencia en que el gran éxito de las telenovelas responde a que los receptores reconocen y ubican en ellas sus necesidades afectivas de todo tipo<sup>12</sup>, porque -como lo reconoce una autora argentina de melodramas-, "la gente quiere soñar, trasladarse a otros mundos [...] el público traiciona muchas veces, en el sentido de rechazar un buen producto por querer recibir otra Cenicienta; pero vivimos momentos terribles, muy difíciles, la necesidad de soñar nos enloquece cada vez más". (Paredero, 1987, p. 65). Otra autora de este género, esta vez mexicana pero que buscó alternativas a lo tradicional y conformista de las mismas, comprende que en ellas "sobra cualquier razonamiento, porque no van dirigidas a lo que piensan los espectadores, sino a lo que sienten; pueden incluso pensar que la historia es estúpida y sentir que les hace falta. Ahí radica el éxito que desde siempre han alcanzado y el motivo de las críticas que también desde siempre han merecido" (Huacuja, 1988, p. 26).

---

<sup>12</sup> Muy claramente lo expresa otro estudioso del fenómeno: "Puede suponerse que la transformación de estados mediante la realización de objetos de valor de tipo afectivo y pasional (correspondencia amorosa, venganza, restauración de la identidad familiar, etc); el marco de conflictos irreductibles entre personajes unívocamente tematizados -elementos estructurales del melodrama- y el aderezo de contextos narrativos y figurativos cada vez más audaces (la ambición, el poder, el erotismo e, incluso, lo sobrenatural) son claramente reconocibles desde el imaginario cultural y proyectables a escala sobre la cotidianidad del sujeto receptor. Dicho en otras palabras, la telenovela, como producto comunicativo, está compuesta en sus estructuras fundamentales sobre los mismos esquemas que sirven de base a la percepción, valoración y disposición de los sujetos frente a su propia realidad" (Luna Cortés, 1989, p. 32). Aunque entendiendo como "propia realidad" también la subjetiva.

Analizando el espectacular fenómeno de las telenovelas brasileñas, los Mattelart citan un informe sobre las ciencias de la comunicación elaborado en 1985 por el Centro Nacional de la Investigación Científica de Francia, donde se dice que "es cierto que aun si nadie niega el papel de lo afectivo, la dificultad está en llegar a conocer sus procesos, y a fortiori, a formalizarlos; *aquí se plantea el problema de los vínculos con el psicoanálisis y a través del análisis de las disfunciones, el de las relaciones con la psiquiatría*. El problema teórico corresponde a la parte respectiva de esas dos dimensiones en toda situación de comunicación. La dificultad estriba en acertar disciplinas separadas por toda una tradición intelectual así como por su distinto papel social" (Mattelart, M y A, 1987a, p. 82, subrayado mío).

Entendiendo que en todo lo visto sobre el proceso de recepción y sobre las telenovelas se observa, cuanto más, un discurso más descriptivo que comprensivo y causal del fenómeno, el último planteo da pie para ver algunos aportes del campo psicoanalítico, pero también para comprender como las telenovelas -se reitera que como ejemplo tal vez máximo de lo aquí analizado- actualmente funcionan, por supuesto que junto con otros contenidos, como las *muletas* o *calmantes* de los que habla Freud: ese es el papel que cumplen las funciones señaladas de *identificación* -que posibilita verse como los personajes de la ficción y de tal manera sufrir/vivir peripecias no existentes en la vida real-, así como la *catarsis* que se produce de manera constante, entendiendo por esto "el alivio de las emociones desagradables presenciando su representación en una producción artística como el drama" (Warren, 1998, p. 44)<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> El campo teórico psicoanalítico utiliza el término *abreacción*, "descarga emocional, por medio de la cual un individuo se libera del afecto ligado al recuerdo de un acontecimiento dramático, lo que evita que éste se convierta en patógeno o siga siéndolo" (Laplanche y Pontalis, 1971, p. 1).



Y de esto se trata precisamente, y vale aquí reiterar y recordar algunos categóricos señalamientos de Freud que dan cuenta de esta situación. El primero de ellos es muy claro: "[El psicoanálisis] parte de la representación básica de que la principal función del mecanismo anímico es aligerar a la criatura de las tensiones que le producen sus necesidades. Un tramo de esta tarea es solucionable por vía de la satisfacción, que uno le arranca al mundo exterior; para este fin se requiere el gobierno sobre el mundo real. A otra parte de estas necesidades -entre ellas, esencialmente, *ciertas aspiraciones afectivas*-, *la realidad por regla general les deniega la satisfacción*. De aquí sigue un segundo tramo de aquella tarea: *procurar una tramitación de otra índole a las aspiraciones insatisfechas*. Toda historia de la cultura no hace sino mostrar los caminos que los seres humanos han emprendido para esta ligazón de sus deseos insatisfechos, bajo las condiciones cambiantes, y alteradas por el progreso técnico, de permisión y denegación por la realidad" (Freud, 1976c, p. 188, subrayados míos). Y los otros son los ya citados anteriormente acerca de la necesidad de alivio, reconciliación y resarcir respecto al sacrificio pulsional, así como de que *el secreto de su fuerza es la fuerza de estos deseos*".

Pero se trata de *calmantes* y no de soluciones reales a las carencias existentes, de la misma manera que los utilizados en medicina eliminan o disminuyen el dolor pero no las causas que lo producen, que requieren de otras medidas. Pero en este caso es la propia situación humana la que impide las soluciones absolutas que permitan el cumplimiento de todos los deseos, por lo que *siempre* habrá carencias, sobre todo en el terreno afectivo, y por tanto ilusiones que buscarán caminos de satisfacción aunque sea en el plano imaginario e inconciente.

---

Si bien ella puede ser provocada en el curso de una psicoterapia, "también puede producirse de forma espontánea", como sería en los casos aquí analizados.

Todo esto es lo que hizo que se definiera a Hollywood como "fábrica de sueños", y que múltiples producciones de la industria cultural sigan teniendo éxito pese a su escasa verosimilitud. Es que, como destaca un autor cubano, un importante porcentaje del público señala que siguen esos programas "porque se sufre" (González, R., 1989, p. 49), forma incorrecta pero gráfica de mostrar la implicación que se tiene con ellas<sup>14</sup>. Pero además se tratan de *calmantes* porque, en la absoluta mayoría de las programaciones comerciales, las problemáticas y diferencias sociales tal vez aparecen, pero se diluyen en soluciones donde los conflictos sólo son individuales y poco o nada debidos a las situaciones reales no abordadas en su verdadera significación. Como indica, de manera esquemática pero gráfica el último autor citado, "rige la fatalidad, hacia un desenlace donde las clases terminan conciliadas; el pobre arrastra una existencia terrible, pero el rico también está desolado, víctima de sus propios errores, adolorido en su riqueza y a pesar de ella. Ambos se ven envueltos en argumentos que por insólitos azares suelen mezclarlos, y al final, entre arrepentimientos y reivindicaciones, todos quedan felices o a punto de serlo. Esta felicidad mítica pretende olvidar un mundo de

---

<sup>14</sup> Tal autor señala que esto puede parecer una contradicción tratándose de entretenimientos, "pero es un valor tradicionalmente manejado por los productores que esos mensajes" deben 'hacer sufrir' para contribuir a la catarsis colectiva". Y rescata el análisis de Herta Herzog, coherente con todo lo planteado en éste y anteriores artículos: "Parece que algunos oyentes gozan de las novelas simplemente como un medio de liberación emocional. Les gusta " 'la oportunidad de llorar' que les dan; gozan de 'las sorpresas felices o tristes'; la oportunidad de expresar la agresividad también es una fuente de satisfacción. Con la carga de su propio problema, los oyentes [la autora estudia las radionovelas] afirman que les 'hacía sentirse mejor saber que otras personas también tienen congajas' Por una parte gozan de los pesares de los personajes de las novelas, como compensación de sus propios problemas" (González, R., 1989, p. 50).

conflictos llevados a sus puntos extremos, pero simplificado en sus motivaciones" (p. 51).

Es innecesario decir que esta problemática en torno a los medios masivos como productores y difusores de los principales *calmantes* de nuestra época es algo así como un "barril sin fondo" que requiere de múltiples y constantes estudios por la diversidad de viejas y nuevas formas de realizarlos y presentarlos. Escapa por tanto al presente trabajo, que ya está llegando al límite máximo de páginas establecidas, un aspecto que sólo será enunciado y mínimamente planteado pero de fundamental importancia: los tipos y características de los *calmantes* utilizados en nuestra época con hegemonía del modelo de economía de mercado neoliberal. Por supuesto no este el lugar para indicar las características de este modelo que pueden verse en muchos textos (entre ellos Guinsberg, 1994 y 2001), pero sí recordar como entre ellas ocupa un lugar destacado, que ya había tenido un gran desarrollo con la ideología del "progreso" y de la "modernidad", la idea de que las mercancías y objetos tecnológicos no sólo ofrecen comodidad, rapidez y otras ventajas, sino también son algo así como la "vía regia" para alcanzar status, prestigio y llegar rápidamente a la felicidad. Sobre esto se ha escrito ya mucho desde una perspectiva crítica, recalándose en particular la constante creación de nuevas "necesidades" que, independientemente de aspectos válidos que puedan tener, en muchos otros producen "la euforia dentro de la infelicidad" (Marcuse, 1985, p. 35).

Se produce así la gran paradoja, analizada con mayor profundidad en un trabajo reciente (Galeano, Guinsberg, Matrajt, 2001), de que las actuales condiciones de vida no sólo requieren de un mayor tiempo de trabajo -tenerlo y mantenerlo es uno de los dramas actuales, pero esto no es tema del presente artículo- para obtener todo lo que se nos dice que es necesario tener y cambiar (algo imposible de

lograr), sino que las condiciones del actual *malestar en la cultura* son cada vez mayores por la lucha socialdarwinista para sobrevivir y triunfar, la necesidad de mayor producción, la intensificación de las posturas narcisistas y el deterioro en los vínculos interpersonales y sociales, los mayores índices de inseguridad y miedo, etc. Todo lo cual hace que las tendencias depresivas sean el cuadro psico(*pato*)lógico hoy dominante.

Sin embargo otro aspecto que requiere de mayores investigaciones -poco realizadas por las tendencias hegemónicas de nuestro *zeitgeist* cultural- es cómo tal modelo socioeconómico, con su correlato en torno a la subjetividad necesaria para el mismo, es asumido por amplios y mayoritarios sectores de la población pese a las consecuencias que produce (en general poco conocidas por tales mayorías, aunque sí lo son las diferencias económicas cada vez mayores, la intensificación de la pobreza, la inseguridad, etc.).

Independientemente de la existencia de otros factores -entre ellos el desprestigio y fracaso del modelo del "socialismo represivo y autoritario", y la ausencia de proyectos alternativos concretos-, es incuestionable que el actual modelo ha sabido entender aspectos de la subjetividad y utilizarlos a su servicio (como, sin decirlo explícitamente, puede verse en un conocido libro de N. Klein, 2001). *Y junto a esto hacer uso de cada vez más calmantes que ofrezcan esperanzas y expectativas pese a una realidad cada vez más opresiva y psicopatologizante.*

Guste o no, y salvo minorías (aunque en aumento), tales mayorías compraron el modelo del *sueño americano* pese a tales consecuencias o se resignan por considerarlo inamovible, lo que obliga a quienes desde las llamadas "ciencias sociales" no renuncian a una postura crítica a profundizar en los mecanismos que lo posibilitan, entre los

cuales la utilización de los *calmantes* tiene un papel fundamental como parte de una estructura mediática y de persuasión al servicio de la actual dominación (Guinsberg, Matrajt, Campuzano, 2001; Ventre, 2002).

## Bibliografía

- ALFARO, R. M. (1987), "Los usos sociales populares de las telenovelas en el mundo urbano", revista **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**, Centro Universitario de Investigaciones Sociales, Universidad de Colima, N° 4-5.
- ARREDONDO Ramirez, P. (1989), Presentación al libro de Sánchez Ruiz, E. (comp), **Teleadicción infantil: ¿mito o realidad?**, Universidad de Guadalajara.
- CERRONI, U. (1973), **Técnica y libertad**, Editorial Fontanella, Barcelona.
- CORRO, S. (1993), "Azcárraga a pantalla: dice que como rico también llora, y se erige en paladín de 'los jodidos'", en revista **Proceso**, México, N° 850.
- ERAUSQUIN, M. A., Matilla, L., y Vázquez, M. (1984), **Los teleniños**, Fontamara, México.
- FREUD, S., (1976a), "El malestar en la cultura", en **Obras completas**, tomo XXI, Amorrortu, Buenos Aires.
- (1976b), "El porvenir de una ilusión", tomo XXI.
- (1976c), "El interés por el psicoanálisis", tomo XIII.
- GALEANO, J., Guinsberg, E., Matrajt, M. (2001), "¿El progreso nos hace más felices? Adelantos tecnológicos, salud mental y calidad de vida", revista **Subjetividad y Cultura**, México, N° 17.
- GALINDO, J. (1987), "Lo cotidiano y lo social. La telenovela como texto y pretexto", revista **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**, Centro Universitario de Investigaciones Sociales, Universidad de Colima, N° 4-5.
- GARCÍA, R. (1982), **Interdisciplinariedad**, mimeo, Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco, México.
- GOETHALS, G. (1986), **El ritual de la televisión**, Fondo de Cultura Económica, México.
- GONZÁLEZ, J. (1987), "La cofradía de las emociones (in)terminables",

revista **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**, Centro Universitario de Investigaciones Sociales, Universidad de Colima, N° 4-5.

GONZÁLEZ, R. (1989), **Llorar es un placer**, Letras Cubanas, La Habana.

GUINSBERG, E. (1985-1988-2003), **Control de los medios, control del hombre. Medios masivos y formación psicosocial**, 1ª ed. Nuevomar, México; 2ª ed. Pangea/UAM-Xochimilco, México; 3ª ed..(aumentada), Plaza y Valdés, en proceso.

— (1987), **Publicidad: manipulación para la reproducción**, Plaza y Valdés / Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, México.

— (1990-91), "¿En la búsqueda de nuevos paradigmas para el estudio de la comunicación?", en **Comunicación y Sociedad**, revista del CEIC (Centro de Estudios de la Información y la Comunicación) de la Universidad de Guadalajara, N° 10-11.

— (1991a), "Recuperar el estudio del receptor. Dialéctica subjetivo-social en los medios masivos", en **Telos**, revista de FUNDESCO (Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones), Madrid, No.25.

— (1991b), "La relación hombre-cultura: eje del psicoanálisis", revista **Subjetividad y Cultura**, México, N° 1.

— (1991c), "Necesidad y riesgos del estudio del momento de la recepción", revista **Telos**, Fundación para el Desarrollo de la función Social de las Comunicaciones (Fundesco), Madrid.

— (1993) "En la búsqueda de una dialéctica entre emisor y receptor", en **Los medios en la estructuración del sujeto social**, Tesis de Maestría en la FCPS de la UNAM.

— (1994) "El psicoanálisis y el malestar en la cultura neoliberal", revista **Subjetividad y Cultura**, México, N° 3

— (1995) "Familia y tele en la estructuración del Sujeto y su realidad", revista **Subjetividad y Cultura**, México, N° 5.

— (1996) "Las 'religiones laicas' de nuestro tiempo", en revista **Subjetividad y Cultura**, N° 6, México.

— (1997) "Desde la lectura de *El malestar en la cultura: los psicoanálisis ¿entre la peste y la domesticación?*", revista **Imagen Psicoanalítica**, México, N° 9.

— (1998), "Placer y deseo en los procesos de recepción. Una aproximación psicoanalítica", revista **Comunicación y Sociedad**, Universidad de Guadalajara, N° 33.

— (1999), "Televisión y familia en la formación del sujeto", en Lozano, José Carlos, y Benassini, Claudia (eds), **Anuario de Investigación de la Comunicación V**, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación / Universidad Iberoamericana.

— (2000) "Televisión y violencia", en Kurnitzky, H. (comp.), **La globalización de la violencia**, Colibri, México.

— (2001a), "Los estudios e investigaciones en comunicación en nuestros tiempos neoliberales y posmodernos", en Solís Leree, B. (ed.), **Anuario de Investigación de la Comunicación VII**, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación /UAM-X, México.

— (2001b) **La salud mental en el neoliberalismo**, Plaza y Valdés, México.

— , Matrajt, Campuzano (2001), "Subjetividad y control social: un tema central de hoy y siempre", revista **Subjetividad y Cultura**, México, N°16.

HUACUJA, M. (1988), "Todo lo que a nadie le interesa saber sobre las telenovelas", en diario **Unomásuno**, México, México, 17 enero.

KLEIN, N. (2001), **No logo. El poder de las marcas**, Paidós, Barcelona.

LAPLANCHE, J., y Pontalis, J-B. (1971), **Diccionario de Psicoanálisis**, Editorial Labor, Barcelona.

LUNA Cortés, C.E. (1987), *Cinco hipótesis sobre la recepción del*



melodrama televisivo", revista **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**, Centro Universitario de Investigaciones Sociales, Universidad de Colima, N° 4-5.

MARCUSE, H. (1971), "La doctrina de los instintos y la libertad", en el libro de Varios Autores **Freud y la actualidad**, Barral Editores, Barcelona.

— (1985), **El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada**, Origen/Planeta, México.

— (1986), **Eros y civilización. Una investigación filosófica sobre Freud**, Joaquín Mortíz, México, 10ª reimpresión.

MARQUEZ de Melo, J. (1987), "La popularidad de las telenovelas brasileñas", revista **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**, Centro Universitario de Investigaciones Sociales, Universidad de Colima, N° 4-5.

MATTELART, A. y M. (1987a), **Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social**, Los libros de FUNDESCO, Madrid, (hay edición de la UAM-Xochimilco, México, 1989).

— (1987b), **El carnaval de las imágenes. La ficción brasileña**, Akal/Comunicación, Madrid.

MAZA, E. (2000), "Las megafusiones de la comunicación: el mundo bajo control", en revista **Proceso**, México, N° 1227.

MURDCOK, G. (1987), "Fabricando ficciones: elementos para el estudio de la producción de dramas televisivos", revista **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**, Centro Universitario de Investigaciones Sociales, Universidad de Colima, N° 4-5.

PAREDERO, H. (1987), "Teleteatros a la hora del test", reportaje a Alma Bressan, revista **Humor**, Buenos Aires, N° 198.

RAMONET, I. (1998), "El pensamiento único", en Le Monde Diplomatique Edición Española, **Pensamiento crítico vs. Pensamiento único**, Temas de Debate, Madrid.

STRACHEY, J. (1976), "Introducción a El malestar en la cultura", en

FREUD, S., **Obras completas**, Amorrortu editores, Buenos Aires.  
Ventre, M. (2002), "La globalización y las nuevas formas de control social", revista *Subjetividad y Cultura*, México, N° 19.  
WARREN, H. (comp.) (1998), *Diccionario de Psicología*, Fondo de Cultura Económica, México, 3ª ed.