

EL SALTO

DICCIONARIO DE LA POSVERDAD

Espacio Mediático

En el laberinto mediático se producen las representaciones que tenemos sobre los grupos sociales, unas representaciones que pueden legitimar o marginar a esos mismos grupos



Espacio Mediático **JAME CINCA**

María Lamuedra

Graván

Profesora de Teoría del
Periodismo en la
Universidad de Sevilla

16 OCT 2022 06:00



Vivimos “emplazados”: habitamos un espacio físico con una dimensión social (plaza), y lo transitamos en un tiempo dado (plazo). En nuestro emplazamiento actual las dimensiones físicas y mediáticas están irresolublemente entrelazadas. Una de sus manifestaciones más ubicuas se da en las reuniones de amigos, en las que los teléfonos móviles distraen de la conversación conjunta o la orientan mediante contenidos humorísticos o informativos.

Diferentes metáforas han servido para conceptualizar el espacio mediático. La más habitual es precisamente la plaza, a la que alude el concepto de Esfera Pública de Jürgen Habermas: donde los ciudadanos debatimos sobre los asuntos de relevancia pública. Así se construye la opinión pública a la que los representantes institucionales se deben adecuar para representar democráticamente la voluntad de sus representados. Esta es la teoría.

Las series de ficción, la telerealidad o las propias noticias representan a los ciudadanos en general, y a las diferentes identidades sociales

El qué, el cómo y el quién son fundamentales en la Esfera Pública. Es decir, importa la relevancia y calidad del debate público. Y además, a qué interlocutores se considera dignos de ser escuchados, y, por tanto, de ocupar un espacio legítimo en la sociedad.

Las series de ficción, la telerealidad o las propias noticias representan a los ciudadanos en general, y a las diferentes identidades sociales generadas en torno a la edad, el sexo, los ingresos, el capital cultural, la orientación sexual o ideológica, o la procedencia. Cada una de estas representaciones les asignan tácitamente un valor, que si es positivo activa un proceso de reconocimiento y legitimación. En cambio, las representaciones negativas acarrear procesos de invisibilización, silenciamiento o incluso estigmatización de los diferentes grupos sociales.

Frente a la plaza, las burbujas en el laberinto

En este contexto aparece la conceptualización de espacio mediático como un laberinto en el que al adentrarnos limitamos nuestra perspectiva espacial. Esta metáfora es compatible con la de las “burbujas de las redes sociales”, es decir, las comunidades virtuales generadas por algún tipo de afinidad, que establecen sus “nichos” de reunión en algún rincón laberíntico de la red. Dentro del espacio mediático creado, sus participantes parecen no recordar que están en un nicho y tienden a creer que su visión del mundo es compartida por toda la plaza. A este fenómeno también se le conoce como “cámara de eco”.

En un régimen de posverdad, el debate público se embarra por las constantes olas de desinformación

En un régimen de posverdad, el debate público se embarra por las constantes olas de desinformación, que no solo tergiversan el qué, sino también el cómo y el quién, es decir, están relacionadas con la invisibilización y estigmatización de identidades sociales. Un ejemplo de ello serían los bulos acerca de niños migrantes que están solos en España, a menudo aludidos como “menores no acompañados”. La formación de la opinión pública se desarrolla hoy en este espacio laberíntico, sin posibilidad de debate racional en una plaza compartida.

Diccionario de la Posverdad

El “Diccionario de la Posverdad” es fruto de la colaboración entre El Salto Andalucía y el proyecto de investigación “Posverdad a debate”, adscrito a la Cátedra G.W. Leibniz de la Universidad de Granada.

Archivado en: El Salto Andalucía · Medios de comunicación · Diccionario de la Posverdad