
PREJUICIOS SOCIALES ESTEREOTIPADOS
EN LA INDUSTRIA CULTURAL

El interés despertado por el tema de los -
prejuicios sociales en el ámbito de la sociología general y
en el de la psicología social se ha debido a una serie de pro-
blemas de desintegración social: racismo, divisiones socio--
religiosas, conflictos de clases, etc.

El avance de la sociología empírica en los -
Estados Unidos aplicado al análisis de la cuestión de las -
minorías étnicas, raciales y religiosas, impulsó la investi-
gación de las relaciones entre negros y blancos, así como -
una serie de estudios sobre los prejuicios antisemitas sobre
todo con el patrocinio del "American Jewish Committee".

A su vez, en Europa, dentro de su marco par-
ticular, se iniciaron algunas investigaciones orientadas más
bien al análisis de los nacionalismos y de los conflictos de
clase.

En nuestro ámbito venezolano se han publica-
do tres trabajos relativos a estereotipos nacionales (1). -
El de De Castro Aguirre (1968) explora una muestra heterogé-

nea de estudiantes latinoamericanos de veinte países para - evaluar sus heteroestereotipos en relación al español, ita-- liano, africano, portugués, chino, francés, judío, alemán, - ruso, inglés y norteamericano. Algo más tarde J.M. Salazar (1970) emplea una muestra de universitarios para evaluar el autoestereotipo del venezolano y el heteroestereotipo en re-- lación al italiano y el norteamericano. Sus resultados coin-- ciden con los de De Castro en los que respecta a la valora-- ción negativa del latinoamericano-venezolano y positiva del norteamericano. Otro estudio de E. Santoro (1970) pretende evaluar el autoestereotipo del venezolano y compararlo con - siete heteroestereotipos, empleando una muestra de habitan-- tes de una zona marginal de Caracas (Barrio La Ceiba, Parro-- quia San Agustín, del sur de Caracas). Sus conclusiones ma-- nifiestan un autoestereotipo positivo del venezolano y un he-- teroestereotipo positivo del norteamericano.

Según el mismo E. Santoro "tanto limitacio-- nes de la muestra como las del instrumento obligan a ser cau-- telosos con las interpretaciones que puedan hacerse con base en los datos presentados" (2). Por lo demás es notorio que en la mayor parte de los estudios se subrayan los aspectos - descriptivos con descuido de los explicativos, que son los - que pueden proporcionar informaciones sobre el proceso de es-- tructuración.

El conjunto de estos estudios, a la vez que ha posibilitado una profundización de las relaciones entre -

personalidad, cultura y sociedad, ha evidenciado que "en esta materia toda forma monocausal de reflexión es completamente insuficiente y que el análisis que se limita a un aspecto único no se acerca lo bastante al fenómeno para poder deducir conclusiones prácticas de los conocimientos adquiridos" (3).

De ahí que se haya ido estableciendo una colaboración creciente entre la sociología, la psicología social y la psicología, con participación del psicoanálisis. Más aún, últimamente a medida que se ha cobrado conciencia del impacto de los medios masivos en la formación de los prejuicios sociales, se ha sentido la necesidad de afinar el instrumento analítico con las aportaciones provenientes de la lingüística estructuralista y de la semiótica.

a) Aproximación semiológica al estudio de los prejuicios sociales.

En un sentido amplio por prejuicio se entiende "todo juicio emitido sin comprobar su validez por los hechos" (4). Sin embargo, este concepto no implica el que tales juicios se identifiquen necesariamente con equivocaciones o errores.

En esta acepción general el prejuicio es un mecanismo de economía conductual para la orientación social, pues para poder obrar necesitamos tener ciertas ideas sobre la conducta de otros hombres y a menudo no es posible pretender la exactitud científica de todas las hipótesis que en-

trañan tales juicios anticipados.

En la vida cotidiana sólo podemos alcanzar una conciencia mayor o menor de su probabilidad, y, aunque de modo general e incluso incoherente, los utilizamos en la orientación social.

En una perspectiva más restringida el prejuicio es "un conjunto de atributos o propiedades que se aplican de una forma constante y más o menos arbitraria a ciertas categorías de personas".

Esta categorización implica que hay un sistema social de referencia y que tal marco de referencia es correlativo a la relación entre el "in-group" (nosotros) y el "out-group" (ellos). De esta forma resulta imposible aislar totalmente el problema del prejuicio negativo, es decir, el auténtico prejuicio, del prejuicio positivo implícito. Además el prejuicio negativo, manifestado en una forma particular independiente de su objeto más o menos específico, se dirige contra determinada categoría social con el afecto de que centra la atención en una dirección determinada y lleva a percibir sólo aquello que corresponde al esquema que se hace de la realidad.

Al psicólogo social le compete analizar cómo se opera la deformación de la percepción por los prejuicios, el proceso de formación de los estereotipos, su reactivación afectiva así como su función proyectiva y discriminadora en el ámbito social.

Ahora bien, la semiología puede efectuar un aporte significativo al analizar la forma estructural de estos enclaves semánticos que se transfieren de un medio de expresión a otro, pues, si bien hasta el auge de los medios masivos se han manifestado en comportamientos generalmente verbales, ahora revisten todas las modalidades con las que se difunde la industria cultural.

Además solo un análisis de las formas estructurales permitiría comparar adecuadamente el prejuicio expresado en una encuesta, escrito en una obra impresa o vehiculado por un programa audiovisual.

Correlativamente al concepto sico-social restringido de prejuicio negativo y ya dentro del marco semiológico, definimos el estereotipo como: "estructura degradada - que recurre a la caución de la realidad" (5). De esta manera marcamos tanto su carácter negativo como su forma estructural enclavada en un sistema que puede incluirlo siguiendo distintos niveles.

La industria cultural, armada de los modernos medios masivos, juega un papel fundamental en la generación o reforzamiento de tales estereotipos que son admitidos y practicados por los diversos grupos y que afectan a las interrelaciones sociales.

El estudio de los estereotipos con la ayuda de los análisis de contenido puede por una parte contribuir a enriquecer la semiología, a iluminar la psicología social

y por otra parte coadyuvar a la desmitificación del poder - alienante de los estereotipos vehiculados por los medios masivos.

b) Los medios masivos y la formación de estereotipos.

Los estudios de comunicación masiva han demostrado que los estereotipos son eficaces especialmente cuando no existen opiniones previas, o cuando éstas no están bien estructuradas sea por una mayor ignorancia o por falta de una definición.

Algunas investigaciones, como la de E. Santoro sobre los efectos de la televisión, han analizado la formación de estereotipos en el niño hacia clases sociales, profesiones, grupos étnicos e ideologías (6). En general, estos estereotipos muestran como positivos a los elementos de la clase alta, o media superior, a los sujetos blancos, a los personajes individualizados, occidentales.

Ahora bien, en nuestro medio estos estudios requieren ser completados en una doble dirección:

1.- Por una parte los estereotipos presentes en las historias, sobre todo telefilmicas que cubren la mayor parte de la programación (series y películas), no presentan estereotipos sobre categorías nacionales, sino que corresponden a la tipología presente en otros pueblos, en particular Estados Unidos, de donde proviene la mayor parte de la pro---

ducción. Reconociendo que estos análisis son fundamentales para detectar la invasión de estereotipos externos queda - abierto un amplio campo para el estudio de numerosos estereotipos nacionales internos.

2.- A pesar de la creciente sofisticación metodológica, resulta prácticamente imposible deslindar en la formación de un estereotipo el influjo de un medio aislado. Aun en la experiencia más pura de laboratorio nos encontramos con el inconveniente de que el control de exposición a un solo medio distorsiona las condiciones reales de convergencia de los numerosos medios que intervienen en la formación de estereotipos.

Además, todo estudio sincrónico entraña serias limitaciones al análisis de formación de un estereotipo social, ya que éste se estructura a través de un proceso diacrónico, hasta llegar a constituir un tópico cultural.

Por estas razones, sobre todo metodológicas, parece conveniente ampliar tanto el marco teórico general - como el campo de exploración para captar los tópicos dominantes de la cultura mosaica (7).

Esta expresión introducida por Moles para describir la forma atomizada de la cultura masiva, avoca la idea de un mosaico de conocimientos inconexos. La cultura - procedente de la era tecnológica no proviene ya esencialmente de un esfuerzo por lograr conocimientos articulados, sino de una aportación permanente del medio exterior que se nos -

presenta bajo múltiples aspectos (carteles, prensa, radio, - TV., cine, discos...). Los medios masivos rigen nuestra cultura filtrándola, revalorizando tal idea o devaluando tal - otra, y polarizan completamente el campo cultural.

Un análisis interno y reticular de esos fragmentos de cultura aparentemente inconexos, nos permitirá descubrir las estructuras profundas y los tópicos culturales que se transfieren de un medio a otro.

Precisamente el proceso de dominación cultu-- ral se eterniza a través de esos tópicos que se autorratifi-- can con ayuda de la distorsión perceptual.

A este respecto A.N.J. den Hollander asegura: "En cuanto se ha configurado una de estas ideas, deja de te-- ner algo que ver con la realidad cambiante; a pesar de ello, tal idea, difundida y superada, no desaparecerá nunca" (8).

Por eso el control de la producción de este-- reotipos es un mecanismo fundamental para el dominio de la - orientación social y requiere ser desentrenado y desarticula-- do para que en cierto modo fracase.

c) Vehiculación de estereotipos en los medios masivos.

En el marco de la cultura mosaica, si bien - los medios impresos gozan todavía de una mayor confiabilidad en los públicos, son progresivamente desplazados por la expansión y penetración de los medios electrónicos y en particular

audiovisuales.

La investigación crítica de los medios, centrada en el análisis de los textos lingüísticos, apenas ha tenido en cuenta los mecanismos semiológicos que actúan en los sistemas de relaciones sociales y en los de la comunicación audiovisual que operan por otro tipo de códigos (analógicos, paralingüísticos, etc.) y que constituyen hoy la fuente ideológica más prodigiosa (9).

Además, los análisis de contenido iniciados sobre los medios audiovisuales tienden a guiarse por los cortes establecidos en la secuencia auditiva (lingüística), relegando la significación primordial -global, instantánea- de la imagen.

Pero tanto si aceptamos la referencia saussuriana según la cual el signo está compuesto de un significado y de un significante, como si se adopta el triángulo -- Odgen-Richard el cual, a la noción de significante y de significado añade la de referente (12), se puede hablar de los significados contenidos en un estereotipo.

El conjunto de los significantes y el significado formarán un signo que por el mecanismo de repetición desembocará en un código. En el signo audiovisual los códigos pueden ser varios y aplicarse a unos sistemas muy distintos. Una serie de ellos puede provenir de la composición intrínseca de la imagen (código cromático, fotográfico, cinematográfico, lingüístico, tipográfico...) y otra serie del -

conjunto de connotaciones que engloban referencias conscientes o inconscientes, subjetivas u objetivas, culturales, étnicas, geográficas, socio-económicas, etc.

Ahora bien, atendiendo a la función referencial pueden distinguirse dos modos fundamentales de estandarización de los programas, que afectan al carácter de los códigos:

1) La modalidad informativa propia de los informativos, documentales, reportajes...

2) La modalidad narrativa típica de los múltiples géneros de ficción.

Las dos modalidades pretenden basarse en la distinción de lo verdadero-real (documento o información) y lo verosímil-ficticio (obra de representación o ficción), oposición que si bien supone la ideología de la "objetividad", ofrece la ventaja de permitir una primera aproximación descriptivo-fenomenológica.

En el primer modelo la función referencial apunta que "eso que se expresa es realmente así". Se encubren los mecanismos de selección de las informaciones y la parcialidad de una determinada perspectiva. El espectador acrítico acepta la regla de juego.

En el segundo modelo la misma función indica que "eso que se expresa es verosímilmente así". No se trata de creer o no creer en ese hecho concreto pero el público -

-salvo en las obras rayanas en lo absurdo- tiende a conceder que la realidad funciona así por un convenio tácito.

El grado persuasivo de la información y del documento se manifiesta con más contundencia. A su vez, la ficción narrativa, aparentemente menos convincente, posee el vigor particular de la verosimilitud, sustentada en la existencia previa de paradigmas prefijados como tópicos culturales. Naturalmente la línea dominante del conjunto de las informaciones seleccionadas según la primera modalidad puede responder a los mismos tópicos culturales, aunque sus códigos vergonzantes no sean tan manifiestos. El estudio acerca de la distorsión informativa sobre Catia, que reseñamos en la parte documental de este mismo número del boletín, es un caso representativo de este tipo de códigos (véase "Distorsión informativa sobre el sector de Catia").

En efecto, ningún periódico difunde en forma denotativa que Catia es un barrio malísimo, pero su aparición constante en la página roja como lugar donde imperan las conductas criminales y aberrantes, acaba por forjar un estereotipo negativo, a través de las connotaciones informativas, y este mismo estereotipo, convertido ya en tópico caraqueño, hace que la selección de informaciones sobre Catia se efectúe a través de la policía y el hospital Periférico. El efecto circular queda así prácticamente irrompible, sin poder deslindar cuál es la variable determinante.

Si bien la hipótesis subyacente al modelo -

cultural mosaico, cuyo medium típico es la prensa, presupone que los hechos son, inicialmente, independientes entre ellos e igualmente probables, no obstante el aparente desorden y democracia de los hechos informados contiene generalmente un sistema organizador.

La verificación de que el espacio informativo mosaico no agota todos los conjuntos combinatorios posibles, sino más bien muestra unas disposiciones más probables y frecuentes aplicadas a los hechos, demuestra que el orden efectivo de las informaciones no es aleatorio, sino estereotipado.

Con las variaciones propias de cada medio se puede decir otro tanto de las informaciones de radio y televisión.

Por otra parte, la determinación de estereotipos dentro de la modalidad narrativa típica de los múltiples géneros de ficción puede efectuarse de forma más unitaria sobre el análisis de los rasgos significantes sea de los personajes, sea de los roles.

En efecto, al analizar los signos contenidos en un sintagma hallamos conjuntos de signos que reaparecen - siempre semejantes a sí mismos y que por un proceso de convencionalización se constituyen en estereotipos. En literatura, y en general en el habla, es conocido el paso de la metáfora al cliché por un fenómeno de repetición. En los lenguajes visuales son típicas las repeticiones de significantes que desembocan en esquematizaciones. Así, un sombrero de cogollo, el

traje de liqui-lique, las alpargatas y las maracas connotan lo "llanero" para un hombre venezolano. Por un proceso de -caución de la realidad a través de la selección de rasgos se forma el estereotipo del "llanero", asociado a determinado -tipo de conducta.

Todo comunicador, dadas las limitaciones de la imaginación creativa y la necesidad de hacerse comprender masivamente, entresaca de las reservas acumuladas por la memoria social en forma de tópicos, un repertorio de rasgos - que dan a tal o cual categoría o personaje un estatuto fijo.

El discurso de la ficción narrativa, que domina la programación de la industria cultural, adopta la forma del relato. Semiológicamente el relato es la unidad de -narración (sintagma narrativo), más allá del cual no se puede llevar a cabo ninguna descomposición sin perder el sentido. El relato contiene en forma expresa o implícita una acción, y en torno a ella uno o más sujetos en situación, es -decir, correlacionados desde el punto de vista de la acción.

Lógicamente es posible descomponer cada relato en unidades más pequeñas a quienes se atribuye unos rasgos ("lo que hay") y funciones ("lo que pasa"), y a las que convencionalmente se llama "roles". Desde el punto de vista semiológico el rol es el conjunto de significantes que introduce el juego de significados que utiliza cada relato.

La noción clásica más próxima a la de rol es la de "personaje", ya que los personajes vienen connotados -

por un conjunto de rasgos significantes que definen su función o rol social. Ahora bien, el rol es siempre situacional, y en cuanto significante se distingue de los personajes. Por eso, un mismo personaje puede asumir a lo largo del mismo discurso roles diferentes.

Esta distinción, aparentemente sutil, permite efectuar descripciones en varios niveles sucesivos que se integran en la unidad de relato:

a) descripción estática del conjunto de rasgos distintivos y atributos, predicados del sujeto en el transcurso de un relato.

b) descripción dinámica del sujeto en la interacción del relato.

c) descripción del convenio tácito entre emisor-receptor de que el sujeto es una persona.

La importancia de estas descripciones radica en el hecho de que pueden permitir la identificación de los estereotipos que se emplean para formar los relatos de la industria cultural y a la inversa la reducción de los componentes de su universo cultural a sus estereotipos (10).

Una vez identificados los prejuicios sociales estereotipados y sus constricciones para representar la realidad y el acontecer, puede proseguirse su análisis, reduciendo el conjunto de estereotipos mosaicos a otro tipo de código articular, oculto detrás de la aparente libertad de las in---

formaciones y de los relatos y a través del cual se efectúa el paso de la constrictión social a la constrictión cognoscitiva.

NOTAS.-

- (1) - DE CASTRO AGUIRRE, C. "Estereotipos nacionales en un grupo latinoamericano". Revista de psicología general y aplicada. 1968, nº 92, pp. 235-267.
- SALAZAR, J.M. "Aspectos políticos del nacionalismo: Autoestereotipo del venezolano". Revista de psicología. Caracas, 1970, nº 1, pp. 15-18.
- SANTORO, E. "Estereotipos nacionales en habitantes de una zona marginal de Caracas", en La Psicología Social en Latinoamérica. Ed. Trillas, México, 1975, pp. 81-99.
- (2) ibid., p. 96.
- (3) HEINTZ, Peter. "Los prejuicios sociales". Ed. Tecnos, Madrid, 1958, p. 15.
- (4) ibid., p. 25; véase también: ALLPORT, G.W. "The Social Psychology of Prejudice". N.Y., 1953, pp. 22 y ss.
- (5) PAGANO, FAGES. "Diccionario de los Medios de Comunicación". Ed. Torres. Para el problema de la diferenciación entre conocimiento del lenguaje y conocimiento del mundo véase: KATZ, J.J. y FODOR, J.A. "La Estructura de una teoría semántica". Ed. Siglo XXI, 1976, pp. 28 y ss.
- (6) SANTORO, E. "La televisión venezolana y la formación

de estereotipos en los niños". U.C.V., Caracas, 1969.

- (7) MOLES, A. "Comunicación". Ed. Mensajero, Bilbao, 1975; véase el concepto de cultura mosaico, p. 205 y ss.
- (8) Citado por D. RIESMAN en "Individualism Reconsidered: Some Observation Concerning Marginality". Glencoe, - 1954, p. 10.
- (9) - "How Writers perpetuate Stereotypes", New York Writers' War Board, 1954.
- BERELSON, B. y SALTER, P.J. "Majority and Minority - Americans: An Analysis of Magazine Fiction", en Public Opinion Quarterly, 1946, nº 10, pp. 168-190.
- BATICLE, Y.R. "La Imagen en Sintagma: metodología - para el estudio estructural de los estereotipos" en Imagen y Comunicación, Ed. Torres, Valencia, 1973, - pp. 153-165.
- (10) MARTIN SERRANO, M. "Nuevos métodos para la investigación de la estructura y la dinámica de la enculturización", Revista Española de la Opinión Pública, nº 37, 1974, pp. 23-83.

Jesús María Aguirre