

## POLÍTICA DE LOS MEDIOS Y MEDIOS DE LA POLÍTICA: ENTRE EL MIEDO Y LA SOSPECHA

José Joaquín Brunner

*La ilusión ingenua sobre los media es que, a través de ellos, el poder político engaña a las masas. La hipótesis inversa es más sutil. A través de los media las masas alteran definitivamente el ejercicio del poder (o de lo que se cree tal).*

Jean Baudrillard, *El Crimen Perfecto*, 1996.

El escenario comunicacional de la democracia en América Latina está regido por dos sentimientos: el miedo y la sospecha. Es un escenario al mismo tiempo hobbesiano y cínico, donde reinan la inseguridad y la desconfianza. A través de estos dos sentimientos se expresa también la persistente acción de los medios de comunicación sobre la opinión pública. En realidad, es su manera de afectar la cultura política de la democracia.

Mas, como veremos a continuación, los medios no operan en el vacío. Puede decirse, en cambio, que ellos «sobre-determinan» las condiciones sociales que otorgan eficacia a su propia acción.<sup>1</sup> Por lo menos esa es la tesis que deseo defender a lo largo de esta presentación.

### EL MERCADO DE LA VIOLENCIA IMAGINARIA

Los hombres viven del temor a los hombres, decía Hobbes en el siglo XVII. Es cierto. Pero entonces el miedo no se escenificaba a nivel de masas ni hallaba soporte en las circunstancias de la sociedad, salvo en situaciones extremas de guerra civil. Mas bien, por esa época empezaban a desvanecerse los «miedos medievales» de los que habla Duby; miedo a la miseria, a los extranjeros, a las epidemias, al más allá<sup>2</sup>. Pronto, en cambio, el horizonte de la época se iluminaría con las Luces (le la Razón y la ciencia, instaurándose en medio de la cultura los «grandes relatos» del Progreso.

Hoy, por el contrario, el Progreso se halla desacreditado, igual que los «grandes relatos» que lo sostenían en la cultura. En su reemplazo parece haberse instalado un ambiente finisecular de incertidumbre; se habla, incluso, de «la sombra que arroja nuestro futuro».<sup>3</sup> El balance de los hombres más sabios del siglo es pesimista. Por ejemplo, Isaiah Berlin reflexionaba así en una entrevista: «No me cabe la menor duda de que [este] es el peor siglo que ha tenido Europa. Nada ha sido más horrible para nuestra civilización. En mi vida han ocurrido más cosas terribles que en cualquier otra época (le la historia. Peor aún que en los días de los hunos)».<sup>4</sup> Esa visión desesperanzada se asila, habitualmente en dos argumentos. Para algunos -como Brzezinski o Solzhenitsyn- el siglo XX vio declinar la cultura, al punto que «el espíritu humano se derrumbó»<sup>5</sup>; o, como dice el primero de ellos, «esta sociedad desenfrenada, hedonista, orientada al consumo no puede proyectar un imperativo moral hacia el mundo.»<sup>6</sup> Para otros, por el contrario como el historiador británico Hobsbawm- uno de los motivos principales de pesimismo es la rápida erosión del Estado, incapaz de contrarrestar las fuerzas del mercado y de la globalización hacia afuera y de actuar como factor de orden y civilización hacia el interior de la sociedad<sup>7</sup>. La gente común-los ciudadanos, consumidores, televidentes perciben algo similar en el aire. Participan del miedo que recorre las calles de su ciudad y permea la vida cotidiana. Según un sociólogo europeo, estamos en camino hacia Anomia; «un estado de extrema incertidumbre, en el cual nadie sabe qué comportamiento esperar de los demás en cada situación». Ibamos a la búsqueda de Rousseau y nos hemos encontrado con Hobbes.<sup>8</sup>

En todas partes se escucha idéntico clamor: que el incremento de los delitos contra la propiedad es dramático, que el índice de criminalidad aumenta, que las víctimas experimentan mayor violencia, que la droga acrecienta las conductas criminales, que el terrorismo se ha vuelto endémico, que los sistemas carcelarios ya no resisten, que la policía se mueve a ciegas, que la ley debería aplicarse con mayor dureza, que es necesario reforzar la vigilancia privada y comunitaria. Al decir de un reputado periódico de la región, «las legislaciones se hacen cada vez más duras y los gobiernos gastan sumas crecientes de dinero en verdaderos ejércitos de policías, abogados, jueces, gendarmes y una burocracia en aumento»<sup>9</sup>. Pero aparentemente, la situación no mejora.

De ahí seguramente que en todas partes también los candidatos se vean forzados a ofrecer «ley y orden» y prometan restituir la seguridad combatiendo la delincuencia. Se ha instalado así una verdadera competencia por quién es el más «duro» y «decidido» frente a los que quebrantan las normas. Al final, en este plano la única diferencia entre *tories* y liberales es que mientras los primeros proponen mayor represión y restitución de los valores familiares, los segundos quisieran, además, ser percibidos como humanitarios.<sup>10</sup>

Y hay explicaciones para todo esto. Las sociedades modernas, contractualistas, atomizadas, sin un fondo común de valores y creencias, efectivamente encuentran dificultad para regular normativamente el comportamiento de la gente. En vez de integración moral y un orden aceptado de sanciones, impera Anomia.

Según manifiesta una de las teorías conservadoras en boga la de las «ventanas rotas», estas serían sociedades donde las barreras del decoro, de la disciplina, de la urbanidad y del respeto a la ley y el orden habrían sido irremediamente erosionadas por el individualismo, la disolución de los lazos comunitarios y la permisividad. Tal sería el clima cultural urbano que ampara los pequeños desórdenes -la «sociabilidad insociable»-los cuales, a su turno, alientan una espiral de conductas delictuales.<sup>11</sup> Se empieza a tolerar «ventanas rotas» y se termina en manos de un asesino.

La tesis implícita es que debe aprovecharse el difundido temor frente al desorden para recomponer un sentido de cohesión comunitaria y así restablecer las defensas del cuerpo social desde sus células más pequeñas: el hogar, el vecindario, la localidad. Reparar las «ventanas rotas» tendría un efecto disuasivo, igual como borrar los *grafitti* de los muros ... Quien controla su medio ambiente social colabora a ahuyentar el delito. La mínima moral del vecindario sería el primer paso hacia la regeneración del tejido comunitario. ¡*Back to basics!*

¿Qué pasa entre tanto, en las cabezas de los miembros de esa sociedad; los habitantes de los territorios invadidos por Anomia? Allí reinan, sin contrapeso, las imágenes del miedo transmitidas por los medios de comunicación. Independiente de lo que suceda en la «realidad» la gente se siente amenazada en sus cuerpos.<sup>12</sup>

Por ejemplo, sabemos a través de las encuestas que la gente percibe, en general que la delincuencia se halla continuamente en aumento; siente la necesidad de adoptar medidas de protección; estima -en un amplio número- hallarse expuesta a la probabilidad de ser víctima y tiene preferencia por el uso de correctivos cada día más drásticos<sup>13</sup>.

Otros datos, reunidos para el caso de Chile, muestran además que las personas evalúan la inseguridad ciudadana, invariablemente como uno de los principales problemas del país y creen que el gobierno debería otorgarle primera prioridad en su agenda<sup>14</sup>. Sabemos asimismo que entre las noticias transmitidas por la televisión a las cuales las personas prestan mayor atención se encuentran aquellas referidas a crímenes y víctimas.<sup>15</sup> Adicionalmente, sabemos que un 85% dice estar «muy de acuerdo» o «de acuerdo» que con mano dura se acabaría el problema de la delincuencia, e incluso una de cada tres personas adhiere a la noción de que los delincuentes no tienen derechos y hay que tratarlos como tales.<sup>16</sup>

A la luz de esa conciencia colectiva acosada no resulta extraño que se haya desarrollado un verdadero mercado de la violencia imaginaria y del miedo, donde la demanda por relatos de crimen y castigo es sostenida por una oferta que responde a ella y la estimula. De hecho, en promedio, entre 1950 y 1990 alrededor del 25% de los prime time shows de la televisión de los Estados Unidos -que el resto del mundo consume un tiempo después estuvo destinado a temas de crimen y castigo. Considerando el total de la programación, el tópico de la violencia criminal ocupa el primer lugar, hallándose representado en la mayoría de los géneros transmitidos, incluso en la programación infantil. En cuanto a la programación de películas y miniseries, también en ella el tópico de la violencia criminal se halla representado en el más alto lugar<sup>17</sup>.

Los efectos de esa constante exposición a la violencia simbólica vehiculizada por los medios de comunicación son altamente complejos y ambiguos. Mas no resulta fácil escapar a la sugestión de quienes creen haber establecido que entre dichos efectos, a nivel social, los principales son elevar el nivel de conciencia promedio de la población respecto del incremento de los delitos, sea que éstos efectivamente aumenten o no: difundir un sentimiento de temor frente a la violencia criminal e intensificar la demanda por «ley y orden».<sup>18</sup> Como señala uno de los principales expertos en la materia, «la contribución de la televisión al ejercicio [directo e individual] de la violencia es relativamente menor; quizá un 5%. En cambio, su contribución a la percepción [social] de la violencia es mucho mayor. La gente se encuentra prácticamente paralizada por el miedo<sup>19</sup>. Estamos inmersos en lo que un personaje de Tom Wolfe llama «toda esa mágica conciencia tribal junguiana...».<sup>20</sup> Los partícipes de ese mercado del miedo experimentan así, de manera redoblada, el «efecto incertidumbre» que sienten frente a la «vida real».

En suma, nuestras democracias amenazadas por Anomia y fuertemente influidas por el mercado de la violencia imaginaria, se hallan confrontadas, inescapablemente, al problema hobbesiano del orden y el desorden. Deben responder tanto al miedo y la incertidumbre como a las demandas de salud, vivienda o educación. Para hacer lo primero, los agentes públicos de la política democrática (el gobierno, los partidos, los organismos de administración local) se ven obligados sin embargo a competir con los medios de comunicación dentro de la cabeza de la gente. Han de actuar pues en un terreno ajeno, desconocido. Un teatro de operaciones que no dominan: el de la conciencia colectiva de la gente que llamamos a veces

también, «opinión pública».

El consenso del miedo y la inseguridad, por su parte, crea un nuevo tipo de cultura política. Maximiza el malestar privado proyectándolo «en público» bajo la forma de demandas crecientes de ley, orden y represión. De forma tal que, gradualmente, dicha cultura termina más preocupada por la agresividad y el control del desorden que de las libertades y los derechos de las personas. Al final del día la sociedad hobbesiana se encuentra con Freud. Su interpretación de que «la cultura se ve obligada a realizar múltiples esfuerzos para poner barreras a las tendencias agresivas del hombre», pero que todos esos esfuerzos «no han logrado gran cosa» suena hoy más válida que cuando la pronunció por primera vez. Como también su explicación de ese fracaso. La cultura, dice Freud, espera «evitar peores despliegues de la fuerza bruta concediéndose a sí misma el derecho de ejercer, a su vez, la fuerza frente a los delincuentes; pero la ley no alcanza a las manifestaciones más discretas y sutiles de la agresividad humana»<sup>21</sup> Por eso mismo, en la percepción de la gente «sobre-determinada» por la televisión, las ventanas permanecen rotas sin que la autoridad haga nada para mejorar la situación. Tal es, asimismo, el lenguaje que habla el mercado de la violencia simbólica.

He allí entonces una primera razón para el malestar en la cultura democrática.

### LA SOSPECHA FRENTE AL PODER

Eventualmente, la inseguridad y el miedo provocan una generalizada desconfianza frente a todos quienes, teniendo la autoridad y los recursos para proteger, no lo hacen: que es el segundo sentimiento dominante en el escenario comunicacional de la democracia. Las nuestras son democracias donde se recela del Otro, especialmente si detenta un signo de poder.

Por de pronto, ese sentimiento tiene raíces más profundas de lo que suponemos. Quienes declaran -en un número representativo de países de la región- que se puede confiar en las demás personas oscilan entre un 23% en Colombia, y un 11% en Brasil y Venezuela. El resto se inclina por pensar que uno nunca puede ser demasiado cuidadoso cuando trata con terceros.<sup>22</sup>

Al mismo tiempo, los ciudadanos sospechan de las estructuras institucionales y de autoridad que constituyen el frágil entramado de la democracia. Que el poder corrompe al que en él participa se ha convertido en sentido común. Inesperadamente los «maestros de la sospecha» de que hablaba Foucault se han vuelto catalizadores de la conciencia colectiva de masas. Allí reinan como conceptos prácticos el de la explotación, la falsa moralidad y la represión, dando lugar a una cultura del recelo y el resentimiento. Tómese el siguiente ejemplo, extraído de un comentario editorial de prensa: «uno y sólo uno de los costos de la guerra contra el narcotráfico es la duda, fundada o no, que se siembra en la opinión pública respecto de la calidad y la conducta de instituciones básicas de la sociedad, así como de sus integrantes».<sup>23</sup> La duda, en efecto, es el principio rector de la conciencia colectiva; su forma de ser entre la crítica y la alienación.

Ocurre que las relaciones de autoridad y jerarquía pasan hoy por el tamiz de Anomia. Adicionalmente se hallan contaminadas por la cultura de la desconfianza y por la erosión de los mecanismos de integración simbólica de la sociedad. A su turno, los canales tradicionales de participación -partidos, sindicatos, gremios- se han ido secando cada vez más. De esta forma la representación política empieza a trasladarse desde la esfera pública hacia los medios. Y la deliberación ciudadana -el foro democrático- va siendo sustituido por la agenda medial. A partir de ahora, el problema clave de la política pasa a ser cómo se distribuye la atención de la gente.<sup>24</sup>

Desde esa perspectiva resulta esencial el lugar que los medios ocupan en la economía de la credibilidad ciudadana. Veamos pues. De ocho países de la región encuestados, sólo en uno la gente tiene mayor confianza en el gobierno que en la televisión y únicamente en dos mayor confianza en el gobierno que en la prensa escrita.<sup>25</sup> Es sabido, asimismo, que la gente se informa sobre los hechos del día, incluidos los asuntos políticos, a través de la televisión en primer lugar, y en menor proporción, a través de la prensa la radio. Tales son por tanto los medios soportantes de la opinión pública. Es por intermedio de ellos que los gobiernos deben dirigirse a la gente y que se constituye la imagen de los poderes políticos. ¿Cuál es esa imagen, entonces? ¿Qué grado de legitimidad poseen las instituciones públicas de nuestros países? Quienes confían moderadamente en ellas no pasan de ser, en ningún caso, más de la mitad de la población adulta y frente a la mayoría de esas instituciones, apenas alcanzan a un tercio.

En una cultura de Anomia e inseguridad no resulta extraño que las Fuerzas Armadas y la policía gocen de la aceptación más alta en relación a las demás instituciones públicas; si bien es cierto que en el promedio de los países considerados declaran confiar en ellas sólo uno de cada dos y uno de cada tres, respectivamente. En el lugar más bajo en cambio se ubican los partidos políticos (Cuadro 1).

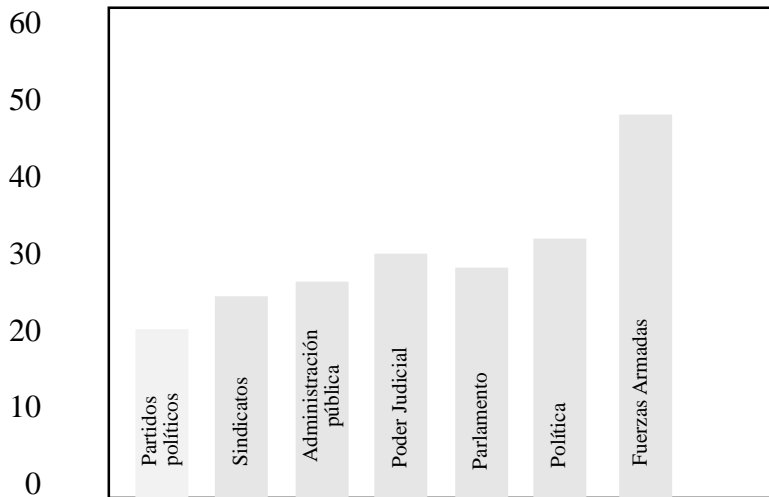


Gráfico I

## INSTITUCIONES PÚBLICAS:

### PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN QUE CONFÍA «MUCHO» O «ALGO»

De manera que también respecto de la política puede decirse que la sospecha ciudadana es ampliamente compartida (Cuadro 2). En promedio casi la mitad de la gente a nivel del grupo de países considerados dice desconfiar de ella; un 56% prefiere ignorar las noticias sobre política; un 86% la considera inútil y un 89% siente que los líderes políticos están dedicados a problemas ajenos a aquellos que interesan a la gente.<sup>26</sup>

Tales percepciones sobre la esfera pública apuntarían, según algunos autores, a lo que denominan una cultura del cinismo político. Mucho de lo que recientemente se ha escrito sobre el «desencanto» con la política ocupa aquí también su lugar. Al fondo, lo que se postula es que los media -en particular la televisión- funcionarían como una gran máquina excavadora de los valores sobre los que se sustenta la autoridad social. «Y como las imágenes rigen los sueños», según señala el editor de una famosa revista político-cultural del norte, «y los sueños rigen las acciones, estamos hablando de un juego totalmente nuevo. La propaganda de hoy consiste en subvertir y ridiculizar a toda la autoridad, desde la mamá hasta el sacerdote; mirarlo todo con un ojo cínico y no confiar en ninguna fe.»<sup>27</sup>

Por su lado, los medios de comunicación alimentan y a la vez se nutren de ese clima cultural. Su representación de la política democrática como una esfera de pocos actores, que se hallan trenzados en debates inconducentes sobre unos pocos puntos menores de la agenda, en apartados de los problemas vitales de la gente -el «país real»- y comprometidos nada más que con sus propios intereses, ofrece un cuadro que resuena profundamente con los sentimientos dominantes dentro de la sociedad.<sup>28</sup>

Desde el siglo pasado, en efecto, la política, sus instituciones y actores experimentan una constante crítica, que erosiona sus bases de legitimidad. Así, frente al «orden ficticio» de la política han ido entrando en escena sucesivos candidatos a tomar su lugar: el Estado que absorbe la política, el líder carismático llamado a conducirla, las masas que la desactivan, el mercado que la atomiza y descentra, la empresa que la racionaliza, la tecnocracia que la reformula, la judicatura que pasa a cumplir sus funciones de adjudicación.

Pero en realidad son los medios de comunicación los que han terminado por cambiar incluso la propia escena de la política democrática. De forma tal que, según un analista,<sup>29</sup> estaríamos en tránsito desde una santa trinidad -democracia representativa, Estado-benefactor y clase media- a una nueva, compuesta por los medios de comunicación, los jueces y la opinión pública. En este nuevo juego a tres bandas sugiere él: «los medios de comunicación parecen ser el actor decisivo.»<sup>30</sup> Según otro, nos hallaríamos en pleno pasaje desde el «Estado escrito» el de las burocracias y la representación, hacia el «Estado pantalla», el de la presencia y las comunicaciones audiovisuales. El TeleEstado estaría en vías de convertirse nada más que en un «aparato ideológico del mercado mediático».<sup>31</sup> De Althusser, entonces, hacia la *agenda setting* y el clásico hallazgo de Procter&Gamble, según el cual «la publicidad alcanza su máxima efectividad cuando es irracional», en el sentido de que

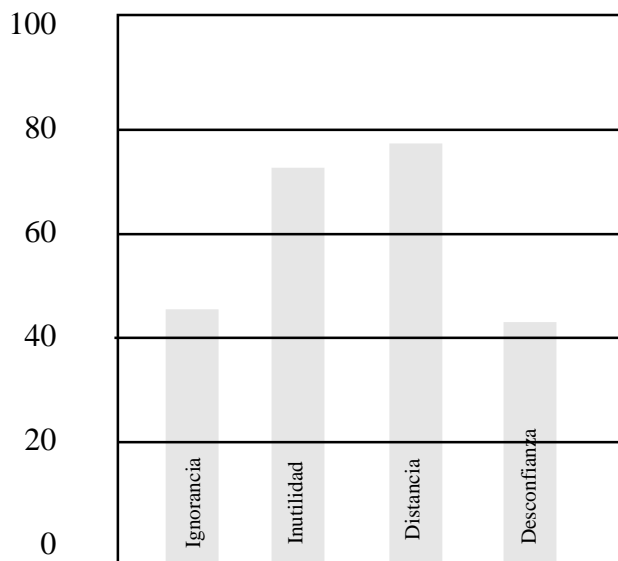


Gráfico 2

### INDICADORES DE PERCEPCIÓN DE LA POLÍTICA

los productos pueden venderse mejor explotando los poderes mágicos e incluso poéticos del lenguaje y las imágenes.<sup>32</sup> La democracia empezaría a abandonar el marco de la razón comunicativa, donde inicialmente quiso colocársela, y se ubicaría cómodamente en el terreno de las emociones y las imágenes. Finalmente, Maradona ha sido más fuerte que Kant.

De ahí en adelante se vuelve imperioso también lidiar con un nuevo principio de acción ideológica; el (le la transparencia reclamada al poder y la sociedad, al mismo tiempo que los medios se ocultan tras su fachada corporativa. Es en nombre de la transparencia que los medios legitiman ahora a la opinión pública, instituyéndola como supremo árbitro de todo aquello que los propios medios consideran políticamente correcto o no. Incluso hay autores contemporáneos que tematizan este aspecto a nivel filosófico. Según el más avezado, las imágenes del mundo que ofrecen los *media* junto a las de las ciencias sociales, constituirían «la objetividad misma del mundo»; el mundo representado como fabulación El sistema *media*-ciencias humanas» dice él -me refiero a Gianni Vattimo- «funciona cuando mejor funciona, como emancipación sólo por cuanto nos coloca en un mundo menos unitario, y por cierto, también bastante menos tranquilizador que el del mito».<sup>33</sup>

Sin ir tan lejos aquí, de cualquier forma puede postularse que la cultura política de la desconfianza se retroalimenta con esa ideología de la transparencia en un permanente círculo de sospecha. Nadie en una posición de poder es considerado inocente frente al tribunal mediático; todos se hallan bajo la sospecha de Lord Acton. Ningún agente puede proclamarse por encima de toda sospecha. «En este juego de espejos la legitimidad ha cambiado de sentido y pertenece [ahora] más a los medios de comunicación que a los políticos».<sup>34</sup> Mientras aquellos ocupan la posición dominante, apoyados por una amplia credibilidad, éstos en cambio se hallan puestos en duda y son tenidos en falta mientras no prueben lo contrario. En falta -como vimos de utilidad, de eficacia, de probidad, de interés real por los problemas de la gente.

En suma, por obra del nuevo escenario comunicacional de la democracia, la propia política está obligada a transformarse en política-sedución; política de comunicación. Lo anterior vale especialmente para los gobiernos. Dicho en el crudo lenguaje de uno de los miembros del equipo de relaciones públicas de Reagan, que nos recuerda el hallazgo de Procter&Gamble, «una política, indistintamente de cuan buena sea, no tendrá éxito si no se vende bien».<sup>35</sup> Gobiernos de imágenes, por tanto; de *marketing*, de la información y la construcción de símbolos. Del lado de la demanda, en tanto gobiernos sometidos a las fluctuaciones de las encuestas y a los ambiguos y cambiantes movimientos de la opinión pública. Gobiernos situados bajo la presión constante de los medios, siempre en necesidad de «controlar daños» comunicacionales y de «vender» sus propuestas.

Es cierto, ya no se puede gobernar «a los hombres de la misma manera [que antes] pues los hombres del año 2000 miran, escuchan y ríen de otra forma que en 1900».<sup>36</sup> Sobre todo su humor ha cambiado bajo el impacto del nuevo escenario comunicacional; aquel donde los medios gobiernan a la opinión pública mediante el temor y la desconfianza y ésta a los gobiernos.

## OPINIÓN PÚBLICA: GLOBALIZACIÓN: CAMBIO DE ÉPOCA

Por primera vez, tenemos ahora «el imperio soberano de la opinión pública», como lo llamó Tocqueville anticipándose a nuestro tiempo. En vez de la esfera pública deliberante y deliberativa que, desde Kant hasta Habermas, han invocado los pensadores que pretenden fundar la autonomía de la política en la razón de los ciudadanos, nos enfrentamos a ese imperio frente al cual los demás poderes se hallan perturbados, cuando no postrados. Ibamos tras la realización de las Luces y nos hemos encontrado, en cambio, con la Pantalla y con Walter Lippman, quien descubrió tempranamente que la opinión pública transmitida, y la opinión pública eran básicamente lo mismo.<sup>37</sup>

Lo cierto es que Tocqueville había revelado esto mismo mucho antes; que la opinión pública es, ante todo, un fenómeno «producido» por los medios de comunicación. Refiriéndose a la prensa norteamericana que él conoció a comienzos del siglo pasado, dejó escrito lo siguiente: «Es ella la que con ojo siempre vigilante pone sin cesar al descubierto los secretos resortes de la política. Es ella la que concilia los intereses en torno a ciertas doctrinas y formula el programa de los partidos; por medio de ella estos se hablan sin verse y se escuchan sin ponerse en contacto». Y concluía luego con esta otra visión que se adelantaba por más de 150 años al actual debate sobre la concentración de los medios: «Cuando un gran número de órganos de prensa logra caminar por la misma vía, su influencia a la larga se hace casi inevitable y la opinión pública, atacada siempre del mismo lado, acaba por ceder ante sus golpes».<sup>38</sup>

En verdad, prácticamente todos los caracteres básicos del nuevo escenario del que hemos venido hablando están ahí, contenidos en esos dos pasajes. Los medios como el nuevo poder que vigila y castiga ante el tribunal de la transparencia; los medios como los nuevos articuladores de lo que podría llamarse el «sentido común doctrinario» de las masas; los medios como conducto y conductor de la opinión pública masiva. Ya lo había anticipado Pascal: «el imperio sustentado sobre la opinión y la imaginación reina durante algún tiempo y este imperio es suave y voluntario...»<sup>39</sup>.

Contemporáneamente el poder de los *media* dentro del mercado de las opiniones -administrado en casi todos los países por sólo unas pocas manos<sup>40</sup>- ha llegado a ser tal que incluso un ministro español de derechas se veía forzado hace unos meses a señalar que «nadie puede tener más poder que el gobierno democrático de la nación porque de lo contrario ese grupo, al que nadie vota, puede tener la capacidad para nombrar o destituir gobiernos»<sup>41</sup> La pregunta que cabe hacerse es si estamos frente a una declaración de voluntad política o si nos encontramos ahí, más bien ante una confesión de impotencia. Es probable que se trate, más bien, de lo último.

Pues configura un hecho bien establecido que la orientación informativa general de los grandes medios, al igual que sus opiniones editoriales, sobrerrepresenta a un grupo minoritario de los electores en la esfera pública; aquel identificado con las concepciones de mundo, los valores y los intereses de los dueños de la industria medial. Se crea así un verdadero abismo entre la representación política, nacida del voto y la presencia comunicacional de ese grupo, generada a partir de los medios de producción de mensajes<sup>42</sup> y el control sobre los procesos de integración simbólica de la sociedad.

En las actuales condiciones el anterior fenómeno se ve reforzado por lo que alguien ha llamado la formación de «macro-empresas en el ámbito cultural-multimedia».<sup>43</sup> No habría que cometer el mismo error del pasado sin embargo, apurándose a anunciar que con eso nos aproximaríamos al «fin de la cultura», el «advenimiento de la sociedad manipulada» o la «total homogeneización de la esfera simbólica a nivel internacional».

Casi nos hemos acostumbrado ya a esperar tales efectos «apocalípticos» que acompañarían a cada nuevo ciclo de producción y circulación de mensajes. Similares prevenciones vuelven a surgir hoy a propósito de la fusión de las grandes empresas de administración del ocio -como la ocurrida en 1995 entre Walt Disney y Capital Cities-ABC-o con la aparición de las redes electrónicas y las autopistas de la información. Sin embargo, ninguna de esas previsiones ha resultado correcta, ni se ha producido el Apocalipsis anunciado.

Para nosotros, que aún vamos en el furgón de cola de la modernidad, como dijo una vez Carlos Fuentes, más importante sería discernir cómo esos fenómenos de aglomeración y cambio tecnológico impactarán sobre nuestras sociedades, su gobernabilidad y lo que, pedantemente solemos llamar su imaginario social. ¿Podrán subsistir Macondo o Makran en la provincia de Beluchistán. al ímpetu avasallador del nuevo escenario?<sup>44</sup> ¿Cómo se verá afectado nuestro sentido de «realidad»?

Por mi parte me inclino a pensar que, con la amplificación e interconexión de los nuevos teatros comunicacionales, se incrementarán también a mediano plazo los malestares de nuestra cultura. No sólo las formas tradicionales y actuales (le

controlar la anomia y de representar la política seguirán puestas a prueba sino que, adicionalmente, se expresarán con intensidad las contradicciones culturales propias de la globalización. Desde ya los analistas hablan de la conflagración entre civilizaciones, de los emergentes conflictos étnicos, de un mundo que avanza «a dos velocidades» excluyendo a los más lentos del futuro escenario, de pueblos enteros condenados al analfabetismo electrónico, de la rápida mortandad de la mayoría de las lenguas que han sobrevivido a la colonización y la destrucción de los hablantes nativos, del desigual intercambio de bienes culturales a escala internacional, de la constante erosión de tradiciones y patrimonios simbólicos, del decaimiento moral de las grandes religiones bajo el doble influjo de la universalización de los mercados y el predominio de una cultura medial íntegramente regida por el principio del placer.

Todos esos fenómenos inéditos obligan a replantearse, pienso yo, las coordenadas de nuestros análisis culturales. Y a emplear nuevos enfoques, asimismo, para estudiar las formas que adoptará la comunicación política, el sustrato simbólico de las culturas políticas democráticas, los «instintos y pasiones» propios de los medios de comunicación<sup>45</sup>, los resultados que sobre la opinión pública provoca su aglomeración, la incidencia de la televisión sobre los mapas cognitivos y las motivaciones de la gente, el significado político de las nuevas ideologías, como aquella de la transparencia, o el curso que tomará la evolución moral bajo el penetrante efecto de los mercados a escala global.

Quizá sea cierto, entonces, que se erige ante nosotros, en el horizonte de la globalización, algo parecido a un cambio de época. ¿Cómo no reconocer que ese cambio trae consigo también el ocaso del proyecto de modernidad? Seguramente estamos a las puertas de lo que viene después; en ese espacio del medio, o umbral, que ha descrito Franco Rella, con cuyas palabras termino mi presentación:

«Este tiempo de la espera, este espacio del medio, es en realidad el espacio de las reivindicaciones más maravillosas. No es el espacio del fin sino el de la apertura de lo posible, cuando la ruptura de determinados códigos canónicos se abre a territorios absolutamente inéditos del pensamiento, pero también a la construcción de cosas nuevas, de nuevos eventos. Son los lugares entrevistados en la gran cultura de la modernidad desde Klee, Kafka, Benjamin, etc. que no casualmente siempre han enfatizado este espacio del medio, este Zwischenraum».

«El espacio del medio es el sendero por donde se mueven las criaturas que llevan la herencia del fin, pero la entregan a algo que está por venir, en donde se encuentran también criaturas extraordinarias y maravillosas. Anuncios de una felicidad posible, como los animales de Franz Marc, los ángeles de Klee, todas esas grandes figuraciones que a mi juicio serían incomprensibles fuera de este contexto, si no las leyéramos justamente, como los habitantes de este espacio liberado, que desde el comienzo nos sobresaltan, porque son incomodidad, ruptura del código en el cual se organiza la propia experiencia. Pero lo bello es terrible al principio-dice Rilke; por lo tanto, también la belleza que se origina en la capacidad de unir en este espacio intermedio los fragmentos de lo que ha sido y lo que debe venir, al principio se presenta como miedo en las figuras de lo efímero, del éxodo, de la erranza, de la pérdida, del desierto.»<sup>46</sup>

**Instituciones públicas: porcentaje de personas que declaran tener «mucho» o «alguna» confianza en ellas, según países, 1996**

INSTITUCIÓN	ARG.	BRAS	CHIL	MÉX	PARA	PERU	URUG	VEVE	TOTAL
Fuerzas Armadas	37	59	54	50	32	63	44	54	51
Policía	38	33	62	27	29	41	47	25	38
Parlamento	38	28	47	39	41	35	41	22	38
Poder Judicial	34	39	40	32	34	28	52	29	38
Adm. Pública	27	28	42	38	18	30	40	22	32
Sindicatos	27	28	42	39	18	30	40	22	32
Partidos Políticos	28	17	32	39	21	20	38	16	26

Fuente: Latinbarómetro, 1996

**Cuadro 2 Percepción de la política: indicadores de opinión pública según países, 1996**

INSTITUCIÓN	ARG	BOLI	BRAS	COL	CHIL	ECUA	MÉX	PERU	VENE
Desconfianza política	38	55	61	32	39	58	47	34	48
Distancia de la política	91	91	91	92	85	81	88	91	88
Inutilidad de la política	82	88	94	93	86	59	89	89	88
Ignorancia política	44	../..	70	../..	82	../..	57	43	59

Fuente: Latinbarómetro, 1996

(1) «Cómo hace la política que usted se sienta? Opción: «desconfiado» obtiene la mayoría de las preferencias, seguida de aburrimiento, indiferencia, molestia, irritación, interés, compromiso, entusiasmo, pasión, en orden decreciente.

(2) «Cree usted que los líderes políticos están preocupados de las cosas que le interesan a usted» Respuestas: «un poco»y«nada»

(3) «Tal como las cosas están hoy, ¿diría usted que los políticos ofrecen muchas, bastantes, pocas o ninguna solución a los problemas del país?» Respuestas: «pocas» y «ninguna»

(4) «Con cuanta frecuencia sigue usted las noticias políticas?» Respuestas: «casi nunca»y «nunca»

Notas.-

1. Tomo prestado el término «sobre-determinación» de Althusser. Pero lo uso deliberadamente fuera de su contexto original. Trato de indicar mediante él, sin embargo, algo parecido por afinidad: que los media se hallan afectados, en su propio ser, por las condiciones sociales dentro de las cuales ellos operan mas son determinantes para éstas al mismo tiempo. Parafraseando a Althusser, determinantes pero al mismo tiempo determinadas en un solo y mismo movimiento: determinadas por los diversos niveles e instancias de la formación social que ellos «sobre-determinan». Véase Louis Althusser, *La Revolución teórica de Marx*. Siglo XXI Editores, México. Ver especialmente capítulo 3.

2. Georges Duby (1995). Año 1000. año 2000. La huella de nuestros miedos. Editorial Andrés Bello, Santiago de Chile.

3. Iván Illich «La sombra que arroja el futuro». En Nathan P. Gardels (editor), *Fin de siglo*. McGraw-Hill, México, 1996.

4. Isaiah Berlin, «El regreso del Volkgeist». En Nathan P. Gardels (editor). op.cit. p. 96.

5. Alexander Solhenitsyn, «Reflexiones en la víspera del siglo XXI». En Nathan P. Gardels (editor), op.cit. p. 12.

6. Zbigniew Brzezinski, «Las débiles murallas del indulgente Occidente». En Nathan P. Gardels (editor). op.cit. p. 54.

7. Ver Eric Hobsbawn. *Age of extremes. The short twentieth century*. Michael Joseph, London. 1995, parte 3, capítulo 19.

8. Ralf Dahrendorf, *Ley y orden*. Editorial Civitas. Madrid, 1994, p. 41

y p. 16, respectivamente.

9. *El Mercurio* Santiago de Chile, 26 de julio 1997.

10. Véase por ejemplo Tony Blair, *New Britain*. Westview Press, London, 1996, pp. 244-248.

11. Véase George L. Kelling & Catherine M. Coles, *Fixing broken windows. Restoring order & reducing crime in our communities*. The Free Press. New York, 1996.

12. En un notable artículo, Jean-Claude Chesnais ha trazado el itinerario de la violencia a lo largo de la historia, su disminución en la «realidad» y su aumento paralelo en la percepción de la gente. Véase Jean-Claude Chesnais, «The history of violence:homicide and suicide through the ages». *International Social Science Journal*. 132, May 1992. pp. 217-234.

13. Por ejemplo, dentro de una selección de ocho países occidentales desarrollados el ítem «combatir la criminalidad» recibe en el promedio de ellos la segunda prioridad con un 42% de respuestas (años 1974-1976) sólo detrás de «mantener una economía estable». Ver Ronald Inglehart. *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton University Press, Princeton, New Jersey, 1990, p. 149.

14. Véase por ejemplo Centro de Estudios Públicos, su serie de «Estudios de opinión pública».

15. Departamento de Estudios, Secretaría de Comunicación y Cultura, Ministerio Secretaría General del Gobierno de Chile, «Hábitos de audiencia y evaluación de informativos de televisión», mayo de 1997.

16. FLACSO, Area de Educación y Cultura, «Representaciones de la sociedad chilena: opiniones y actitudes». Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Santiago de Chile, 1995.

17. Ray Surette, *Media, crime and criminal justice. Images and realities*. Wadsworth Publishing Company, Belmont, California. 1992, p. 32.

18. Para un exhaustivo análisis bibliográfico, véase Ray Surette, op. cit. y *The UCLA Television Violence Report 1996*, disponible en [wwwccp.spps.uc.la.edu/vio/len/ce96/cover.htm](http://wwwccp.spps.uc.la.edu/vio/len/ce96/cover.htm): en particular la Introducción.

19. George Gerbner, *The New York Times*, 14 de diciembre 1994. En refuerzo de esta conclusión véase Richard B. Felson, «Mass media effects on violent behavior». *Annual Review Sociology* 22. 1996, pp. 103-28.



20. Tom Wolfe, *Emboscada en Fort Bragg*. Ediciones Grupo Zeta, Biblioteca Bolsillo, Barcelona 1997, p. 122. Esta novela representa seguramente uno de los mejores análisis de la forma cómo se construye la realidad social de la violencia en los territorios de Anomia.
21. Sigmund Freud «El malestar de la cultura» *Obras Completas*, Tomo VIII, Biblioteca Nueva, Madrid, 1974. p. 30-46.
22. Latinbarómetro 1996. Citado en Marta Lagos. «Latinbarómetro media ¿in political attitudes in South America». 1996.
23. *El Mercurio*, Santiago de Chile, 26 (le julio (le 1997).
24. Véase sobre lo mismo José Joaquín Brunner, «Ciudadanía y participación». 1997.
25. Latinbarómetro 1996. Citado en Marta Lagos, «Latin American political culture». 1996. También en los países desarrollados la credibilidad (le los medios es alta. Por ejemplo, según una reciente encuesta conducida por el Center of Media and Public Affairs de los Estados Unidos, en una escala de 0% al 100%, la gente declara que cree en un 69%, las noticias transmitidas por la televisión abierta. en un 70% las noticias impresas en los diarios locales y en un 72% las noticias anunciadas por la radio. Center for Media and Public Affairs, *Public's perceptions of the media. December 1996 Survey*.
26. Marla Lagos. «Latinbarómetro media and political attitudes in South America». 1996.
27. Nathan Gardels, editor de *New Perspective Quarterly*, citado en Nathan Gardels (editor), op.cit. pp. 230-31.
28. Para un análisis «desde dentro» de los medios sobre la forma como estos representan la política, invalidándola, véase James Fallows, *Breaking the news. How the media undermine american democracy*. Pantheon Books, New York, 1996.
29. Ver, por ejemplo, Sheldon, S. Wolin, *Política y perspectiva. Continuidad y cambio en el pensamiento político occidental*. Amorrortu, Buenos Aires, 1973, en particular Capítulo 10, secciones XII y XIII, pp. 446-463.
30. Alain Minc. *La borrachera democrática*. Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 1995, p. 93.
31. Régis Debray, *El estado seductor. Las revoluciones mediológicas del poder*. Ediciones Manantial, Buenos Aires, 1995.
32. Tomado de Neil Postman, *Tecnopolis. The surrender of culture to technology*. Vintage Books. New York, 1993. p. 169.
33. Véase Gianni Vattimo, *La sociedad transparente*. Ediciones Paidós, 1990. Especialmente el capítulo «Ciencias humanas y sociedad de la comunicación», pp. 89-110. O bien, como señala Baudrillard, «Al denunciarse su espectralidad [de la vida real], al igual que la de los media, se da a entender que habría en algún lugar una forma original de la existencia vivida, cuando si la tasa de realidad baja día en día es porque el propio médium ha pasado a la vida, convertido en ritual común de la transparencia». Jean Baudrillard, *El crimen perfecto*, Anagrama, Barcelona, 1996, pp. 44-45.
34. Alain Minc, op.cit. p. 104.
35. Mark Herstgaard (1989). *On hended knee. The press and the Reagan presidency*. Schoecken Books, New York, p. 23.
36. Regis Debray, op.cit. p. 28.
37. Para una lectura contemporánea de Walter Lippman, véase Elisabeth Noelle-Neumann, *La espiral del silencio*, Ediciones Paidós, Barcelona, 1995, especialmente capítulo 18.
38. Alexis Tocqueville, *La democracia en América*. Fondo de Cultura Económica, México, 1978, p. 203.
39. Citado en Viviane Horrester, *El horror económico*, Fondo de cultura Económica, México, 1997, p. 53.
40. Véase por ejemplo, Alfonso Sánchez Taberner y otros. *Concentración de la comunicación en Europa. Empresa comercial e interés público*. Generalitat de Catalunya, Barcelona 1993. Asimismo, Tony Weymouth & Bernard Lazimet (editores), *Markets & Myths. Forces for change in the european media*. Longman, London-New York, 1996.
41. Rafael Arias Salgado, Ministro de Fomento, declaraciones publicadas en diario *El Mundo*. 14 de junio de 1997.
42. Véase a este respecto James Curran, «Mass media and democracy». En James Curran and Michael Gurevitch (editors) *Mass media and society*. Edward Arnold, London, 1991, pp. 82-117.
43. Herbert I. Schiller. *Aviso paranavegantes, Icaria*, Barcelona, 1996.
44. Uso aquí la metáfora de Macondo en el sentido de un anterior ensayo, «La ciudad de los signos», en José Joaquín Brunner: *América Latina: cultura y modernidad*. Grijalbo, México, 1992, pp 37-72. Y la de Makran, en el sentido descrito por Akbar S. Ahmed, «Los mongoles de los medios de comunicación», en Nathan P. Gardels (editor), op.cit. pp 40-41. «No obstante hoy en día no es posible detener a los medios de comunicación; pueden penetrar en el hogar remoto, y ningún sitio podría ser más remoto que Makran, en la provincia de Beluchistán de Pakistán. Makran es una de las regiones más aisladas e inaccesibles del mundo musulmán [...] En Makran [hoy] los valores tradicionales son coetáneos de los más modernos; la era de Alejandro corre paralela a la era posterior a McLuhan [...] Los musulmanes se ven precisados a enfrentar el hecho de que ya no hay escape, ni forma de huir, ni escondite para protegerse del demonio».
45. Alexis de Tocqueville: «La prensa periódica me parece tener instintos y pasiones propios de ella, independientemente de las circunstancias entre las que actúa». Op.cit. p. 200.
46. Rella, Franco, «Arqueología de lo inmediato». En Nicolás Casullo (editor), *El debate modernidad, posmodernidad*. Puntosur, Buenos Aires, 1989, p. 242.