

# Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

## El miedo a los medios [The fear of the media]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Martín Barbero, Jesús
Publisher	Fundación Friedrich Ebert (FES)
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-07-03 01:07:54
Link to Item	<a href="http://hdl.handle.net/20.500.12424/219252">http://hdl.handle.net/20.500.12424/219252</a>

# El miedo a los medios

## Política, comunicación y nuevos modos de representación

Jesús Martín-Barbero

**Hoy el lazo social reviste un carácter atomizado y desencantado. El rechazo a lo colectivo y a la autorrepresentación emerge de la desafección ideológica hacia las instituciones políticas y de la búsqueda de un quiebre a la uniformación cultural. El mercado asume entonces la fragmentación de la ciudadanía y se ofrece como mediador ante la política. Los medios configuran el dispositivo más poderoso de disolución del horizonte nacional común, siendo mediadores de la heterogénea trama de imaginarios de identidad de las ciudades, regiones, espacios locales y barriales. Así, la acción política acaba identificada con el espectáculo massmediático. El análisis debe dar cuenta de las dimensiones que conectan las transformaciones de la cultura política con las nuevas sensibilidades que el mundo televisual cataliza. No se produce tanto la disolución de la política sino la reconfiguración de sus mediaciones.**

*Quizá la política no sea ya lo que imaginábamos hasta hace poco que era, y la gente no esté dispuesta a seguir invirtiendo tiempo y energía en los ritos de marcha, la concentración y el desfile o los actos de identificación colectiva. Es probable que al aumentar los niveles educacionales de los ciudadanos y extenderse la comunicación de imágenes televisadas, al enfriarse la contienda ideológica y dilatarse los derechos del individuo, al perder gravitación los partidos y diversificarse los derechos de la gente, la política cambie de ubicación y sentido. José Joaquín Brunner*

**E**l espacio/tiempo que necesitan y producen el mercado y las tecnologías *es global*. Como lo fue el *espacio-nación* en la Europa de fines del siglo XVII, ahora el *espacio-mundo*<sup>1</sup> se constituye en el horizonte del flujo economi-

JESÚS MARTÍN-BARBERO: profesor investigador de la Escuela de Comunicación Social, Universidad del Valle, Cali.

1. Milton Santos: «Espaço, mundo globalizado, pos-modernidade» en *Margem* N° 2, San Pablo, 1993, pp. 9-22; y «La aceleración contemporánea: tiempo, mundo y espacio-mundo» en *Revista Universidad del Valle* N° 10, Cali, 1995; v. tb. A. Mattelart: *La communication-monde*, La Decouverte, París, 1992.

**Palabras clave:** comunicación audiovisual, globalización, crisis de la política, identidad cultural, Colombia.

co e informacional, que tiene como clave la relación de interdependencia y como vehículo la trama tecnológica de la información.

### Contextos y escenarios de la crisis

El mercado lleva la iniciativa en ese proceso, regula la relación entre naciones y culturas al fijar las reglas del intercambio y organizar las redes de comunicación. A diferencia del proceso que hasta los años 70 se definió como *imperialismo*, la globalización de la economía redefine las relaciones centro/periferia: los países latinoamericanos no son ya un *exterior invadido*, pues lo que la globalización nombra son transformaciones que se producen desde y en lo nacional y aun lo local. Es desde dentro de cada país que no solo la economía, también la cultura se *mundializa*<sup>2</sup>. Pues lo que ahora está verdaderamente en juego no son meras reglas para el intercambio de productos sino la rearticulación del papel de los Estados y del sentido de la relación entre los países mediante una des-centralización que concentra el poder económico y una deslocalización que hibrida las culturas. Ahí se inserta el fuerte descentramiento que atraviesa la esfera pública nacional. La globalización descentra esa esfera en dos planos: el de la formación de una *macroesfera* de opinión pública internacional<sup>3</sup> hasta cierto punto a la zaga del proceso y el flujo económicos –los derechos humanos y la cadena de televisión CNN serían el ejemplo que explicita la doble cara de esa esfera– y el surgimiento de *microesferas* asociadas al estallido de las identidades nacionales, esto es regionales y locales, en abierto conflicto con la esfera nacional centralizada. Más que opuestos, globalización y relocalización son hoy procesos complementarios. Como lo demuestra una experiencia bien cercana para los colombianos, los intentos de negociación de los conflictos del Urabá desbordan lo nacional articulando una esfera pública internacional –en las formas de ciudadanía mundial que configuran instituciones como Pax Christi o Amnistía Internacional– a las demandas y acciones de ONGs vinculadas estrechamente con el espacio local.

La otra dinámica a la que quiero referirme, y que en América Latina no ha sido del todo estudiada, es la secularización. Primero fue la secularización como proceso de conquista de la autonomía del Estado, de las esferas del arte, la ciencia, y la moral en relación con unas iglesias convertidas en poder político y social; proceso aún incompleto en nuestros países pero que en los últimos años presenta avances innegables, como lo atestigua en un país tan clerical como Colombia la abierta secularización que representa la Constitución de 1991. En su segunda fase, la secularización señala hoy el escenario de la lucha por una nueva autonomía, la del sujeto. Explícitamente ubicada en el campo de la política por Manuel Antonio Garretón, esta segunda fase

---

2. R. Ortiz: «Cultura e modernidade-mundo» en *Mundialização e cultura*, San Pablo, 1994, pp. 71 y ss.

3. J. Keane: «Structural Transformation of the Public Sphere» en *The Communication Review* vol. 1 N° 1, University of California, 1995.

se manifiesta en los nuevos «temas» que configuran la agenda política, como el derecho a la diferencia de las mujeres o los homosexuales y el *principio de autorrealización o felicidad* «en que se expresan las luchas contra las diversas formas de alienación que en las sociedades contemporáneas no proceden solamente de la explotación»<sup>4</sup>, luchas que redefinen el sentido y alcance de la acción política ya que son a la vez, de manera inextricable, individuales y colectivas. El principio de autorrealización figura ya como derecho de la persona humana en la Constitución colombiana, y ha sido aplicado valientemente por la Corte Constitucional al uso personal de la droga. Y está también inscripto en la importancia que el cuerpo ha cobrado en este fin de siglo como escenario de experimentación vital y objeto de atención y cuidado cada vez más grandes. Es indudable que en este último aspecto la autorrealización se inserta también en las tendencias individualistas y hedonistas de la sociedad de mercado. Pero las estrategias del mercado se conjugan con un movimiento que viene de más lejos y que es mucho más hondo, el de autonomía del sujeto que la sociedad actual amenaza también más hondamente que ninguna antes y que tiene su otra cara en la crucial y contradictoria defensa de la privacidad. Sabemos que la privatización de la vida se relaciona con la privatización del campo económico y la erosión del tejido societal, lo que produce la racionalidad desplegada por la política neoliberal –crecimiento de la desigualdad, concentración del ingreso, reducción del gasto social, adelgazamiento de la escena pública– llevando la atomización social hasta el deterioro de los mecanismos básicos de la cohesión política y cultural, desgastando sus representaciones simbólicas al punto en que la legítima defensa de las identidades desemboca en la devaluación de un horizonte mínimo común. Pero la defensa de la privacidad tiene también mucho que ver con la desprivatización a que se ve sometida la vida de la familia y la intimidad de los individuos, especialmente por la *intromisión* de los medios masivos, de tal manera que el derecho a la privacidad se ha convertido en uno de los más importantes a la hora de regular colectivamente los nuevos procesos y tecnologías de comunicación. Como plantea Hopenhayn<sup>5</sup>, necesitamos repensar lo privado no solo en relación al *repliegue* desocializador sobre lo hogareño y lo doméstico –con el consiguiente declive del hombre público y el crecimiento de un narcisismo que fetichiza el yo<sup>6</sup>– sino también en lo que tiene de *resistencia* a la viscosidad con que el poder político y el del mercado atentan contra la autonomía del individuo. En el rechazo a lo colectivo, y específicamente a *dejarse representar*, emerge hoy tanto la desafección ideológica hacia las instituciones de la política como la búsqueda de un quiebre a la masificación imperante y la uniformación, a la incapacidad de representación de la *diferencia* en el discurso que denuncia la desigualdad.

---

4. M.A. Garretón: «Cultura política y sociedad en la reconstrucción democrática» en *La faz sumergida del iceberg*, p. 22, Lom/Cesoc, Santiago, 1994.

5. M. Hopenhayn: *Ni apocalípticos ni integrados. Aventuras de la modernidad en América Latina*, FCE, Santiago, 1994.

6. R. Sennet: *El declive del hombre público*, Península, Barcelona, 1978; y *Narcisismo y cultura moderna*, Kairos, Barcelona, 1980.

Un tercer elemento a ubicar en nuestro mapa es el carácter atomizado y desencantado que hoy reviste el lazo social. Nos referimos en primer lugar a la *devaluación de la memoria* que produce la programada obsolescencia de los objetos configurando una sociedad en la que de manera especial los más jóvenes habitan un mundo que, de la casa a la ciudad, se convierte aceleradamente en *no-lugar*<sup>7</sup>, espacio sin espesor histórico ni duración, descargado en lo simbólico de toda relación con las comunidades del pasado y sin casi conversación entre generaciones. Contribuyen a esa devaluación tanto la desterritorialización ejercida por los medios audiovisuales y las redes electrónicas que profundizan el *desanclaje*<sup>8</sup> producido por la modernidad sobre las peculiaridades de los mapas mentales, los hábitos, las prácticas locales, los modos tradicionales de percibir lo próximo y lo lejano, «cuyas delimitaciones dejan de estar basadas en la distinción entre interior, frontera y exterior, y por lo tanto en las parcelas del territorio»<sup>9</sup>, como el *culto al presente* que fabrican el mercado y los medios, un presente autista en el que se borran las diferentes temporalidades de que están hechas nuestras sociedades, un *presente continuo* que se agota «en una secuencia de acontecimientos que no alcanza a cristalizar en duración y sin la cual ninguna experiencia logra crearse un horizonte de futuro»<sup>10</sup>. Pero vivimos otra perturbación del sentimiento histórico que incide aún más fuertemente en la crisis de la representación: es la que afecta a lo nacional, y que paradójicamente resultaría, según Nora, de la posmoderna *pasión por la memoria*: «el relevo del mito nacional por la memoria supone una mutación profunda: un pasado que ha perdido la coherencia organizativa de una historia se convierte por completo en espacio patrimonial»<sup>11</sup>. Y una memoria nacional edificada sobre la reivindicación patrimonial estalla, se descentra, se divide y se multiplica hasta desintegrarse. Cada región, cada localidad, cada grupo –los paisas y los costeños, los indígenas o las mujeres– reclama el derecho a su memoria. Pero «al poner en escena una representación fragmentada de lo nacional los *lugares de memoria* celebran paradójicamente el fin de la novela nacional»<sup>12</sup>, la forma de la representación que dotaba de legitimidad tanto la palabra del intelectual como el discurso de los políticos. ¿A nombre de quién hablan hoy esas voces cuando el sujeto social unificado en las figuras/categorías de *pueblo* y de *nación* estalla, desnudando el carácter problemático y reductor de las configuraciones de lo colectivo y lo público? La desintegración del lazo social tiene hoy un escenario clave en el ámbito del trabajo. Richeri ha referido lúcidamente la desintegración sufrida por la política en Italia a las secretas conexiones entre la fragmentación constitutiva del discurso público que produce la televisión con la disgregación del tejido de tradiciones e inte-

7. M. Augé: *Los 'no-lugares'. Espacios de anonimato*, Gedisa, Barcelona, 1992.

8. A. Giddens: *Consecuencias de la modernidad*, Alianza, Madrid, 1993, pp. 32 y ss.

9. J. Echeverría: *Telepolis*, Destino, Barcelona, 1994, p. 19.

10. N. Lechner: «La democracia en el contexto de una cultura postmoderna» en *Cultura política y democratización*, Flacso, Buenos Aires, 1987, p. 260.

11. P. Nora: *Les lieux de memoire*, ol. III, Gallimard, París, 1992, p. 1.099.

12. O. Mongin: «Una memoria sin historia» en *Punto de Vista* N° 49, Buenos Aires, 1994, p. 24.

racciones que daban consistencia al sindicato y al partido político de masas<sup>13</sup>: las fábricas se descentralizan, las profesiones se diversifican e hibridan, los lugares y las ocasiones de interacción se reducen, al mismo tiempo que la trama de intereses y objetivos políticos se desagrega. Y en cuanto a los partidos, también la pérdida de los lugares de intercambio con la sociedad, el desdibujamiento de las maneras de enlace, de comunicación de los partidos con la sociedad produce su progresivo alejamiento del mundo de la vida social hasta convertirse en puras maquinarias electorales cooptadas por las burocracias del poder. La elección del magnate de la televisión italiana, Berlusconi, como primer ministro, y el peso que la coalición que preside ha conseguido, dejarían de ser mera coincidencia para tornarse síntoma de la nueva trama discursiva de que está hecha la representación política.

Finalmente, la crisis de la representación remite a la desintegración de un horizonte cultural común. Aunque con las enormes dificultades que implicaba la heterogeneidad étnica y racial, desde la independencia, y especialmente en el proyecto de transformación de estos países en naciones modernas a partir de los años 30, se buscó articular la creación de un mercado, condición indispensable para su integración en el mundo, a la construcción de una cultura nacional, un foco de imágenes y mitos fundadores que posibilitaran a la gente sentirse perteneciente a una comunidad. El papel de la radio en América Latina, y del cine en países como México, Argentina o Brasil, fue decisivo en la formación del *sentimiento nacional*. Los medios se convirtieron en voceros de la interpelación que desde el Estado convertía a las masas en pueblo y al pueblo en nación<sup>14</sup>. Los caudillos populistas, de Getulio Vargas a Cárdenas y Perón, encontraron en la radio el medio que les posibilitaba un nuevo discurso político que articulara la interpelación a los obreros de las grandes ciudades en cuanto *ciudadanos* con la reelaboración radial de la oralidad cultural y la expresividad de la narración y la canción popular. Junto con la escuela, los medios proporcionarían a las gentes de la provincia una experiencia primordial de integración: la traducción de la idea de nación a vivencia cotidiana, al tiempo que hacían de mediadores entre la sensibilidad expresivo-simbólica de las culturas rurales y la racionalidad instrumental de la moderna cultura urbana. Hoy los medios de comunicación configuran, por el contrario, el dispositivo más poderoso de disolución del horizonte cultural común a la nación pasando a constituirse en mediadores de la heterogénea trama de imaginarios que configuran la identidad de las ciudades, de las regiones e incluso del espacio local y barrial. Atravesando el movimiento de homogenización que implica la globalización económica y tecnológica, los medios masivos y las redes electrónicas transportan una multiculturalidad que hace estallar los referentes tradicionales de identidad. Estallido que se hace claramente visible en los más jóvenes: en las complicidades de la oralidad

---

13. G. Richeri: «Crisis de la sociedad y crisis de la televisión» en *Contratexto* N° 4, Lima, 1989.

14. J. Martín-Barbero: «Masificación, movimientos sociales y populismo» en *De los medios a las mediaciones*, Gili, México, 1987, pp. 170 y ss.

cultural con la visualidad electrónica, en la empatía expresiva con las fragmentaciones y velocidades de la cultura tecnológica, en las hibridaciones que amalgaman en el rock los sonos y los ruidos de las ciudades con las sonoridades y los ritmos de las músicas regionales, indígenas y negras, en los mestizajes de las estéticas transnacionales del cine y el video con los escenarios de descomposición y violencia del país, y también con la recreación de las imágenes que ponen en escena la pluralidad de culturas de que estamos hechos y las frágiles utopías que surgen de la desazón moral y el vértigo informacional.

De esa desagregación sociocultural que ahonda la crisis de la representación política, Colombia es un laboratorio a escala mundial. Mientras en los últimos 10 años el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación es uno de los más pujantes de toda América Latina –su sistema radial se coloca por delante de los países pioneros en la región, su televisión se industrializa internacionalizando aceleradamente su producción de dramatizados, y su prensa se informatiza– el país vive sin embargo el quiebre de la convivencia más grande de su historia y el proceso de incomunicación más fuerte de América Latina. La desproporción tanto del desarrollo de los medios masivos, en relación con las carencias estructurales en el ámbito de la salud o la educación, como del espacio social que ellos ocupan, es sin embargo proporcional a la ausencia de verdaderos *espacios políticos* de expresión de los conflictos y a la no representación en el discurso cultural de la complejidad y diversidad de los mundos de vida y los modos de sentir de sus gentes. La «delgada corteza de nuestra civilidad»<sup>15</sup>, el largo empantanamiento político y la profunda esquizofrenia cultural de las elites –tan claramente analizada por Colmenares al trasluz de lo sucedido con los intelectuales latinoamericanos en el siglo XIX<sup>16</sup>–, son los que recargan día a día la desmesurada capacidad de representación que en este país tienen los medios de comunicación. En la última encuesta Gallup-Colombia (*Semana* N° 714, 16/1/1998) la televisión es la institución con mayor credibilidad en el país, que junto con la Iglesia cuenta con el 71% de la población. En los últimos años la televisión cataliza como ningún otro espacio la radical incomunicación del país convirtiéndose en escenario de los más perversos encuentros: al ser en ella donde se *produce* el espectáculo del poder y el simulacro de la democracia en su densa trama de farsa y de rabia, las mayorías ven allí articuladas las metáforas tanto de sus frustraciones –como la tragedia del equipo nacional en el Mundial de Fútbol de Estados Unidos– como de su orgulloso reconocimiento en las figuras que de las gentes de la región y la industria cafetera dramatizó la telenovela *Café*, mientras la culta minoría vuelca en ella su impotencia y su necesidad de exorcizar la pesadilla cotidiana convirtiendo a ese medio en chivo expiatorio al que cargarle las cuentas de la violencia, el vacío moral y la degradación cultural.

15. Es el tema y el expresivo título del libro de M. Palacios: *La delgada corteza de nuestra civilización*, Procultura, Bogotá, 1986.

16. G. Colmenares: *Las convenciones contra la cultura*, Tercer Mundo, Bogotá, 1987.

## Tejido comunicativo y massmediación de la política

*Cuando el don de la palabra es restringido por el manejo de la imagen, cambian las estructuras comunicativas sobre las que se apoyan tanto las relaciones de representación como las estrategias de negociación y decisión. Norbert Lechner*

La percepción de entrada, aunque el tono varíe entre lo desencantado y lo apocalíptico, parece compartida por todos los críticos: al identificar lo público con la escena mediática y al asimilar su discurso al modelo propuesto por los medios, en particular por la televisión, la política se desfigura a tal punto que estaría asistiendo al proceso de su propia disolución<sup>17</sup>. Los dispositivos de la desfiguración son dos, el de *espectacularización* y el de *sustitución*. El primero vacía a la política de su sustancia: al predominar la forma sobre el fondo, el medio sobre el mensaje, el discurso político se transforma en puro *gesto e imagen*, capaz de provocar reacciones –cambiar la intención de voto, modificar súbitamente los porcentajes de adhesión– pero no de alimentar la deliberación o el debate ideológico y menos de formar convicciones. Confundida con el discurso publicitario, la palabra del candidato es sometida a la fragmentación que impone el medio, a la levedad de sus contenidos, y su figura a la estética de los maquillajes de cualquier producto o vedette. La acción política misma acaba identificada con el espectáculo massmediático: se gobierna o se hace oposición *de cara a la cámara*, o a los sondeos, que son otra forma de la indispensable y permanente *producción de imagen*. El segundo se desprende de ahí, de la hegemonía de la imagen *sustituyendo* la realidad: el mediador, el comunicador, acaba suplantando al político no solo en el sentido primario –el periodista estrella que llega a tener más credibilidad y hasta poder que el parlamentario o el gobernador– sino en otro más hondo, el político va interiorizando la función comunicativa hasta vivir de la imagen que proyecta más que de las ideas u objetivos del partido que representa. La videopolítica sustituye a la vida política en el mismo proceso y al mismo ritmo en que el ciudadano va siendo reemplazado por el consumidor: el mercado no solo achica y deshuesa al Estado sino que fagocita la sociedad civil, a la ciudadanía, convirtiéndola en instancia de legitimación de sus propias lógicas y discursos.

Lo mucho de verdad que hay en ese análisis impide paradójicamente llegar al fondo de los cambios que la videopolítica significa para la democracia. Encandilada con la luminosidad de su propio discurso, buena parte de la crítica se queda en el espectáculo, siendo incapaz de ver lo que el espectáculo

---

17. Textos claves a ese respecto: J.M. Ferry, D. Wolton y otros: *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, 1992; G. Balandier: *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*, Paidós, Barcelona, 1994; J. Baudrillard, *La transparencia del mal*, Anagrama, Barcelona, 1991. En América Latina, B. Sarlo: «Estética y postpolítica. Un recorrido de Fujimori a la guerra del Golfo» en N. García Canclini (comp.): *Cultura y postpolítica*, Conaculta, México, 1991; H. Schmucler: «La política como mercado o la desventura de la ética» en *Política y comunicación: ¿hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, Catálogos, Córdoba, 1992.

*revela*: que la espectacularización es menos el efecto del medio sobre el mensaje que *la forma misma del discurso y la acción política* «cuando progresivamente separados del tejido social de referencia los partidos se reducen a ser sujetos del evento espectacular lo mismo que cualquier otro»<sup>18</sup>. Lo que significa dos cosas: que la *crisis de la política* viene de más lejos que la actual crisis política, es decir que lo que hay de disolución viene menos de fuera —de la espectacularización televisiva y la mercantilización— que de dentro, de su propia corrupción interna y sobre todo, como apuntaba Richeri, de su separación, profesionalizada o caciquil, tecnocrática o clientelista, del mundo de la vida social. Y segundo, que aquello de lo que el análisis debe dar cuenta —para que sirva a la renovación de la política más que a la desencantada y resignada lamentación de los intelectuales y los científicos sociales— es de las dimensiones que conectan las transformaciones de la *cultura política* con las *nuevas sensibilidades* que el mundo de la massmediación televisual cataliza.

Mirado desde ahí lo que estamos viviendo no es la disolución de la política sino la reconfiguración de las *mediaciones* en que se constituyen sus modos de interpelación de los sujetos y representación de los vínculos que cohesionan una sociedad. Pues aunque atravesados por las lógicas del mercado, los medios de comunicación constituyen hoy *espacios decisivos de reconocimiento social*. Más que a sustituir, la mediación televisiva o radial ha entrado a *constituir*, a hacer parte de la trama de los discursos y de la acción política misma, ya que lo que esa mediación *produce* es la densificación de las dimensiones simbólicas, rituales y teatrales que siempre tuvo la política. Es la especificidad de esa *producción* la que resta impensada, y en cierta medida impensable, para la concepción *instrumental* de la comunicación que permea la mayor parte de la crítica. Porque el medio no se limita a transmitir o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que *ha entrado a constituir una escena fundamental de la vida pública*<sup>19</sup>. En los medios se hace, y no solo se dice, la política. Cuando una emisora «popular» le otorga la palabra a una mujer de Ciudad Bolívar o Aguablanca para que le cuente al jefe del acueducto en persona que en su barrio llevan más de dos meses sin agua, y el funcionario se compromete *públicamente* a que en dos semanas estará solucionado el problema, ahí se está haciendo política, una política sentimentalizada y vetetizada, pero la presencia de esas dimensiones afectivas y rituales, que el medio potencia, no despolitiza la acción sino que reintroduce en la racionalidad formal las *mediaciones de la sensibilidad* que el racionalismo del «contrato social» creyó poder (hegelianamente) *superar*. Lo que nos devuelve a la pregunta por los cambios en la sensibilidad que están mediando las transformaciones de la socialidad, única vía quizás de que la política supere su alejamiento y se reencuentre con la sociedad. Destacaré tres que, en el movimiento de sus contradicciones, hablan de la

18. G. Richeri: ob. cit., p. 144.

19. G. Sunkel: «Imágenes de la política en televisión» en *La política en pantalla*, Ilet, Santiago de Chile, 1989.

complejidad que atraviesa la política. Frente a la –según Baudrillard– inevitable «implosión de lo social en la masa»<sup>20</sup>, que vacía la sociedad de sentido reduciéndola a una existencia, y a una representabilidad, puramente estadística, otros sociólogos perciben en la disfracción de la masa una nueva organización de la socialidad. Una socialidad de *red*, hecha de *nudos* que serían las nuevas *tribus*<sup>21</sup>: esas nuevas grupalidades que particularmente las generaciones jóvenes viven en el cruce de la homogenización inevitable del vestido, la comida, la vivienda, con una profunda pulsión de diferenciación. Nuevas *maneras de estar juntos* cuya ligazón no proviene ni de un territorio fijo ni de un consenso racional y duradero sino de la edad y del género, de los repertorios estéticos y los gustos sexuales, de los estilos de vida y las exclusiones sociales. Y que frente a los tiempos largos, pero también a la rigidez de las identidades tradicionales, amalgaman referentes locales con símbolos vestimentarios o lingüísticos desterritorializados en un replanteamiento de las fronteras políticas y culturales que saca a flote la arbitraria artificiosidad de unas demarcaciones que han ido perdiendo la capacidad de hacernos *sentir juntos*. Es lo que nos descubren a lo largo y ancho de América Latina las investigaciones sobre las tribus de la noche en Buenos Aires, los chavos-banda en Guadalajara, o las pandillas juveniles de las comunas nororientales de Medellín<sup>22</sup>. Lo que está conduciendo a la sociología a retomar la idea weberiana de la «comunidad emocional» –que remite a un cierto retorno de la *comunidad* abolida por la moderna *sociedad*, de la que hablara Tonnies– para dar cuenta de las hondas transformaciones que atraviesa el *nosotros*, y la necesidad entonces de reintroducir lo sensible, y no solo lo mensurable, en el análisis, de «estudiar lo que pasa en el nivel carnal y perceptible de la vida social»<sup>23</sup>. Si la televisión le exige a la política negociar las formas de su mediación es porque ese medio le proporciona por primera vez acceso al *eje de la mirada*<sup>24</sup>, desde el que la política no solo puede penetrar el espacio doméstico sino reintroducir en su discurso la corporeidad, la gestualidad y la teatralidad, esto es la materialidad significativa de que está hecha «la interacción social cotidiana» (Goffman).

También desde la antropología se perciben cambios en la sensibilidad que afectan a la vida social: «la desaparición del nexo simbólico, la falta del dispositivo capaz de constituir alteridad e identidad», cuyo resultado es *la acentuación del carácter abstracto y desencarnado de la relación social*<sup>25</sup>. Abstracción que viene a conectar, paradójicamente, con otra dimensión de la

20. J. Baudrillard: *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Barcelona, Kairos, 1978.

21. M. Maffesoli: *El tiempo de las tribus*, Icaria, Barcelona, 1990.

22. M. Margulis y otros: *La cultura de la noche. Vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Espasa Hoy, Buenos Aires, 1994; R. Reguillo: *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*, Iteso, Guadalajara, México, 1991; A. Salazar: *No nacimos pa' semilla. La cultura de las bandas juveniles en Medellín*, Cinep, Bogotá, 1990.

23. P. Sansot: *Les formes sensibles de la vie sociale*, P.U.F., París, 1986, p. 31.

24. E. Veron: «La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política» en *El discurso político*, Hachette, Buenos Aires, 1987.

25. M. Augé: *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Gedisa, Barcelona, 1995, p. 88.

massmediación: frente al «viejo» militante que se definía por sus convicciones y una relación pasional (cuasi corpórea) con «la causa», el telespectador de la política es una pura abstracción, parte del porcentaje de una estadística. Y es a esa abstracción a la que se dirige el discurso político televisado, pues lo que busca ya no son adhesiones sino puntos en la estadística de los posibles votantes. Aunque aún sobrevive en nuestros países (como lo testimonian las sesiones televisadas del Congreso) el tono y la retórica de la política en la calle, hoy es casi impensable una identificación pueblo/líder como la que producía el grito de un ¡carajo! en el discurso de Gaitán. En la televisión ese grito no solo no *resuena* sino que sería un gafe que le puede costar muchos votos al candidato. Pues frente a la muchedumbre imprevisible que se reunía en la plaza conformando una «colectividad de pertenencia», lo que ahora tenemos es la desagregada, individualizada experiencia de los televidentes en la casa. La atomización de los públicos trastorna no solo el sentido del discurso político sino aquello que le daba sustento, el sentido del lazo social, esto es «el conjunto de las relaciones simbolizadas (admitidas y reconocidas) entre los hombres». Entonces, si los públicos de la política casi no tienen rostro y son cada vez más una estadística, ese es un cambio que no produce la televisión sino la sociedad, y que la televisión se limita a catalizar. Es el proceso de abstracción que está en la base de la modernidad –y del capitalismo– según Weber: el desencantamiento del mundo por una racionalización que deja sin piso las dimensiones mágico-mistéricas de la existencia humana, esa «jaula de hierro» en la que reina la razón instrumental, que al operativizar el poder fáustico, cognitivo y tecnológico del hombre, convierte al mundo en algo predecible y dominable pero también frío, insignificante e insípido. Para Weber, *secular* es una sociedad en la que la desaparición de las seguridades tradicionales resquebraja los lazos que hacían la integración de la ciudad. Con esa desintegración se *conecta* la atomizada, la socialmente desagregada experiencia de lo político que procura la televisión. Pero en esa experiencia no hay únicamente repliegue sobre lo privado sino una profunda reconfiguración de las relaciones entre lo privado y lo público, la superposición de sus espacios y el emborronamiento de sus fronteras. Lo que identifica la *escena pública* con lo que pasa en la televisión no son sólo las inseguridades y violencias de la calle sino la complicidad del *sensorium* que moviliza la televisión con el de la *ciudad-no lugar*. Pues del *pueblo* que con frecuencia tomaba la calle, al *público* que semanalmente iba al teatro o al cine, la transición conservaba el carácter colectivo de la experiencia, pero del público de cine a las *audiencias* de televisión el desplazamiento señala una decisiva transformación: la pluralidad social sometida a la lógica de la desagregación radicaliza la *experiencia de la abstracción* políticamente no representable. La fragmentación de la ciudadanía es entonces tomada a cargo por el mercado que, mediante el *rating*, se ofrece a la política como su mediador.

### La visibilidad social de la política

En la actual reflexión de la ciencia política en América Latina, relevaré el esfuerzo por pensar el cruce de los desafíos que plantean la sensibilidad

posmoderna y la nueva visualidad social de la política. «¿Puede la política, en tanto aspecto parcial de la vida social, ‘representar’ a la sociedad en su conjunto?»<sup>26</sup>. Con ese interrogante abre Lechner un horizonte de comprensión de nuestro desencanto político que se ha revelado particularmente fecundo. Vinculando el recelo frente a todo tipo de discurso omnicompreensivo, que deriva de la diferenciación/escisión de diversas racionalidades con el, a la vez estimulante y amenazante, «elogio de la heterogeneidad», Lechner centra, en un primer momento, el desencanto posmoderno en la *pérdida de fe en el Estado*, que de imagen de la colectividad pasa a ser reducido a su función administrativa perdiendo su dimensión simbólica, y en la *pérdida de fe en el progreso*, que se traduce en el «elogio del presente», esto es en una crisis de proyecto por el desdibujamiento del orden deseado.

A la crisis de mapas ideológicos, provocada por el colapso del socialismo realmente existente se agrega una erosión de los mapas cognoscitivos. No contamos con códigos interpretativos para aprehender las vertiginosas transformaciones en curso. ... Y así no logramos hacernos una imagen del país que queremos y por ende la política no logra fijar el rumbo de los cambios en marcha.<sup>27</sup>

En un segundo momento<sup>28</sup>, Lechner liga el desencanto posmoderno al *descentramiento* de la política, esto es a la indeterminación de su espacio, tensionado por la revalorización de la cultura y la moral, y al *enfriamiento de la política* por la desacralización de sus principios, la instauración de la negociación como forma de construcción colectiva del orden y el predominio de su dimensión contractual sobre la comunitaria.

En una reflexión convergente con la anterior, Landi viene desde hace años indagando el significado de la emergencia del concepto de *cultura política* en América Latina, hasta definirlo como «las formas de intervención de los lenguajes y las culturas en la constitución de los actores y del sistema político»<sup>29</sup>. Lo que trae al primer plano del análisis los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación del poder y los modos de interpelación y reconocimiento, esto es de *comunicación*, en que se constituyen los actores políticos. Frente a la vieja concepción meramente táctica de la democracia y puramente reproductiva de la cultura y la comunicación, democratizar nuestra sociedad significa hoy trabajar en el espesor de la trama cultural y comunicativa de la política. Pues ni la *productividad* de la política es separable de las batallas que se libran en el terreno simbólico –ya que es ahí donde se produce el sentido de lo social, el del reconocimiento mutuo– ni el carácter participativo de la democracia es hoy real por fuera de los modos y escenarios de la comunicación masiva. Lo que ha llevado a Landi

26. N. Lechner: «Un desencanto llamado posmoderno» en *Punto de Vista* N° 33, Buenos Aires, 1988, p. 25.

27. N. Lechner: «América Latina: la visión de los científicos sociales» en *Nueva Sociedad* N° 139, Caracas, 1995, p. 124.

28. N. Lechner: «La democratización...», cit.

29. O. Landi: «Crisis y lenguajes políticos», Cedes, Buenos Aires, 1983, p. 20; y *Reconstrucciones: las nuevas formas de la cultura política*, Puntosur, Buenos Aires, 1988.

a convertirse estos últimos años en uno de los más polémicos pensadores de la *videopolítica*<sup>30</sup>. «Nos interesa la TV como una parte decisiva de la historia de la mirada y la percepción hoy convertidas en el campo principal de la cultura y la política». A partir de esa declaración, revisa el lugar decisivo pero diferente del papel jugado por la televisión en los procesos de vuelta a la democracia en Argentina, Chile y Brasil: su presencia como escenario del debate de reconstitución de lo político y como protagonista que desubica a los partidos, reconfigura los discursos y espesa los rituales, a la vez que sirve de intermediario entre política y *marketing*. Entre los prejuicios letrados y metafísicos sobre la «verdad en política» y la seudo-utopía de la democracia electrónica con sus fantasías del referéndum cotidiano vía módem, está

el debilitamiento de los partidos políticos y el simultáneo desarrollo autónomo de la industria de las comunicaciones haciendo que en nuestras sociedades tiendan a escindirse el espacio de la representación institucional y el de la constitución simbólica de la política. ... Las culturas políticas suelen verse bajo el ángulo de las diferentes ideologías que las tiñen, pero también definen su perfil por el conjunto de géneros discursivos que engloban. ¿Y cuáles son sus lenguajes *apropiados*: los textos escritos, la música o la imagen? En realidad lo que la sociedad considera como político en un momento dado es producto de la lucha política misma.<sup>31</sup>

De ahí que los reproches de los políticos a la televisión busquen justamente disfrazar lo que ésta *hace visible en la política*: su corrupción y su desconexión con las nuevas sensibilidades, la transformación en los modos de acceso a la escena política y la desubicación social de los partidos al perder el control de la configuración simbólica de la representación. Y de ahí también que para los intelectuales las relaciones entre política y televisión se agoten (con contadas excepciones) en su maniquea oposición, con lo cual no habría *nada que pensar*. Pero mirados de manera antagónica, *lo que se deja de ver* es justamente la tensión que enlaza la plaza y la pantalla, ese nuevo escenario de lo público, diseminado y móvil, «espacio virtual construido *entre la plaza y la platea*»<sup>32</sup>, expresivo de la complejidad actual de la socialidad urbana, del espesor cultural de sus mediaciones tecnológicas, de sus velocidades, fragmentaciones y flujos. En la Plaza de Mayo, en Buenos Aires, las madres de los desaparecidos desfilan cada semana en un *acto* político que no solo no rehúye su *representación* televisiva sino que la busca. Porque la televisión no ocluye la acción sino que la resemantiza: en la plaza los protagonistas son las madres y los periodistas los espectadores, mientras en la pantalla los comunicadores adquieren el protagonismo de su mediación. Pero aun condicionada por los sesgos de la mirada y los requerimientos del medio, las Madres de Plaza de Mayo saben que esa mediación hace posible que el país las vea, *hace público* su gesto contra el olvido. «La productividad de ese *entre* espacio construido cooperativamente por quienes protagonizan la acción –los sujetos de la plaza– y por emisores, mediadores y receptores –protago-

30. O. Landi: «La política en las culturas de la imagen» en *Devórame otra vez: qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*, Planeta, Buenos Aires, 1992.

31. O. Landi: «Proposiciones sobre la videopolítica» en *Política y Comunicación*, cit., p. 42.

32. M.C. Mata: «Entre la plaza y la platea» en *Política y Comunicación*, cit., pp. 61-77.

nistas de la platea— permite asumir que lo que está en crisis son unas formas orgánicas de representación y participación que hoy múltiples actores reclaman desde la plaza pero que sólo pareciera realizarse desde la platea en ese espacio virtual que la televisión promete y realiza»<sup>33</sup>.

También en Colombia los modos de actuar de los medios develan sus complejas conexiones con el país. La mejor expresión de esa complejidad ha sido su protagonismo en el Proceso 8000 y la reacción que ello produjo en la clase política. En uno de los pocos análisis de fondo sobre lo que la actuación de los medios, especialmente de la televisión, ha tenido de develamiento y distorsión de ese proceso, Rey<sup>34</sup> demuestra que resulta imposible comprender las nuevas alianzas entre fuerzas sociales, el incipiente desplazamiento de los caciques por figuras más técnicas de la gestión social, las nuevas experiencias de pluralismo y de organización ciudadana, sin estudiar los cambios que se han ido produciendo en los medios, desde la aparición en periódicos y noticieros de una nueva agenda de temas sociales como la educación, la ecología o la salud, el distanciamiento con respecto a los políticos tradicionales y la cercanía a los movimientos ciudadanos, los intelectuales y los académicos buscando iluminar la situación del país. Sin la *visibilidad* que los medios le han dado al proceso la crisis producida en la política hubiera sido mucho menor o quizá inexistente. Pero esa visibilidad, aunque comienza a configurar una renovación de la esfera pública, se halla todavía atravesada por fuertes inercias de vedetización y personalismos, por estrategias de desinformación y desvío de la atención ciudadana, por el predominio del escándalo impactante sobre la investigación paciente; es decir, por el espectáculo del que se alimenta el negocio. Lo que no puede impedirnos ver que hay una evolución en los medios que se inscribe activa, estructuralmente en «la transición de una sociedad unanimita, premoderna, a una sociedad más compleja, urbanizada, más segmentada socialmente, pero menos persuadible y más móvil en sus opiniones, y a pesar de sus exclusiones más pluralista»<sup>35</sup>.

No puedo terminar mi reflexión sin retomar el oficio de que hablé al inicio, es decir convocando a los científicos sociales a hacerse cargo de lo que en la precaria democracia colombiana pasa hoy por las posibilidades que los medios abren a la renovación de la esfera pública. Lo que se traduce en algunas preguntas que dibujan problemas pendientes de investigación: ¿en qué medida, y aspectos, se puede hacer responsable a los medios, y sobre todo a la televisión, de la desfiguración y desinstitucionalización de la política en un país como Colombia en el que los partidos llevan años desinstitucionalizándola? Si bien es cierto que al pasar por los medios audiovisuales la política tiende a generar identificaciones emocionales más que criterios racionales, ¿qué

33. *Ibíd.*, p. 74.

34. G. Rey: *Visibilidad y corrupción. Los medios de comunicación en el Proceso 8000*, Fescol, Bogotá, 1996.

35. «Política y medios de comunicación en Colombia: 1991-1996» en *Contribuciones* N° 50, Buenos Aires, 1966, pp. 129-144.

están haciendo los partidos y los movimientos sociales para contrarrestar *dentro de los medios* esa tendencia? ¿Los medios están reforzando los viejos lenguajes y las costumbres políticas tradicionales o contribuyendo a su renovación (por ejemplo construyendo una imagen positiva de los candidatos cívicos e independientes en las elecciones a alcaldes, difundiendo un discurso menos intolerante, valorando positivamente la entrada de nuevas demandas sociales en la agenda de los candidatos o denunciando su ausencia)? ¿Por qué la propaganda política en Colombia es casi siempre tan falta de imaginación y tan poco pedagógica? En Chile una campaña de imaginativa y pedagógica publicidad política contribuyó decisivamente al NO que impidió la perpetuación de Pinochet. ¿Qué está significando y cómo evaluar el desplazamiento que en el comando de la política están sufriendo los políticos por parte de los comunicadores de los grandes medios y la capacidad de estos medios de dar entrada al escenario político de gentes venidas de los *márgenes* del país?

## PÁGINAS

Febrero 1999

Lima

Nº 155

ACTUALIDAD: Reforma de salud: entre el libre mercado y el autoritarismo, **Oscar Ugarte Ubilluz**. REFLEXION: Un solo Padre tienen ustedes, **Cardenal Godfried Danneels**. Paternidad y desafío actual, **Dora Ugarte Ubilluz**. El Jubileo y la liberación de los cautivos, **Bruno Van der Maat**. Objeción de conciencia y servicio comunitario para la paz, **Francisco Moreno Rejón**. Educación, utopía e invención del futuro, **José Luis González M.** Iglesias pequeñas, esperanza en acción, **Gastón Garatea Yori, ss.cc.** ENTREVISTA: Identidad masculina en Cusco, Iquitos y Lima, Entrevista a **Norma Fuller**. INFORME: La esperanza se hace historia en América Latina, **Ana Gisbert-Sauch**. NOTA: Juan Pablo II: visita al continente americano. DOCUMENTOS: Paz y derechos humanos. Mensaje de Juan Pablo II para la jornada mundial de la paz. CULTURAL: El Cristo de Velázquez en la poesía de Miguel de Unamuno, **Sonia Luz Carrillo**. NOTA: Lectura intercultural de la Biblia. ¿Algo para su comunidad? RESEÑAS. PUBLICACIONES RECIBIDAS. ESCRIBEN.

*Edita y distribuye: Centro de Estudios y Publicaciones, Camilo Carrillo 479 - Jesús María - Apdo. 110107 - Lima 11 - Perú, Telf.: (5114) 336453 - Fax: (5114) 331078.*

## Revista de la CEPAL

Abril 1999

Santiago

Nº 67

Primer Mundo y Tercer Mundo después de la Guerra Fría, **Eric Hobsbawm**. Las dimensiones urbanas en el desarrollo rural, **Alexander Schejtman**. Capacitación en pequeñas empresas en América Latina, **Guillermo Labarca**. Reforma neoliberal y política macroeconómica en el Perú, **Oscar Dancourt**. Impacto de la inversión pública sobre la inversión privada en Brasil: 1947-1990, **Bruno de Oliveira Cruz y Joanilio R. Teixeira**. Chile y su política comercial «lateral», **Sebastián Sáez y Juan Gabriel Valdés**. La reestructuración en la industria: los casos de Chile, México y Venezuela, **Carla Macario**. Industrialización en base de confecciones en la Cuenca del Caribe: ¿Un tejido raído?, **Michael Mortimore**. Industria maquiladora y cambio técnico, **Rudolf M. Buitelaar, Ramón Padilla y Ruth Urrutia**. Políticas de ciencia y tecnología y el Sistema Nacional de Innovación en la Argentina, **Daniel Chudnovsky**. Las concesiones y la optimización del transporte vial y ferroviario, **Ian Thomson**.

*Revista de la CEPAL es una publicación cuatrimestral, en español e inglés. Pedidos: Casilla 179-D, Santiago de Chile; Publicaciones de las Naciones Unidas, Sección Ventas: DC-2-866 Nueva York, 10017, EEUU; Palais des Nations, 1211 Ginebra 10, Suiza.*