

4.3 Poder cultural y comunicación política en el imaginario colectivo.

En este contexto, tomaremos la senda de aquellos valores e imaginarios simbólicos dentro de una sociedad y sus creencias. En tal sentido, “los individuos están constantemente dedicados a la actividad de expresarse de forma simbólica y de interpretar las expresiones de los otros; están constantemente comprometidos en la comunicación entre unos y otros e intercambiando información y contenido simbólico”. (Thompson, 1998: 34)

Vale decir, los contenidos simbólicos como expresión de una determinada cultura producen un híbrido entre sociedad civil y actores políticos. Así, la comunicación política juega un rol fundamental en las formas expresivas de índole político, para la comprensión del contenido ideológico.

Y, por sus consecuencias estos contenidos simbólicos producen acciones y reacciones culturales que: “podrían llevar a otros a actuar o responder de determinadas maneras, y en dar preferencia a un tipo de acción antes que a otro, para creer o dejar de creer, para afirmar su apoyo a asuntos del Estado o implicarse en una revuelta colectiva”. (Thompson, 1998: 34)

En tal sentido, podemos percatarnos de la validez simbólica de los mensajes transmitidos por emisores concientes de su presentación para despertar o manipular a las masas. Incluso, si hablamos de comunicación política, hablamos

de un tipo de mensaje político dirigido a grandes grupos sociales (en algunos casos, por su puesto, existen mensajes dirigidos a localidades y grupos más reducidos) de seres humanos y por ello; "el desarrollo de la comunicación de masas resulta inseparable del desarrollo de las industrias mediáticas, esto es, el conjunto de las instituciones que, desde la alta edad media hasta el día de hoy, se han estado ocupando de la explotación comercial de las innovaciones técnicas que permite producir y difundir formas simbólicas de manera generalizada". (Thompson, 1998: 47)

Se crea de este modo una sociedad que bajo rótulos simbólicos de expresión cultural crea formas de canalización y resolución de los conflictos y demandas sociales, se expresa en unos canales en donde la sociedad de la información abre el espacio mediático y se percibe como el lugar privilegiado para la realización de la acción política. Es decir, la comunicación política comienza a ser ejercida, ya no por los partidos políticos o los Estados sino también entra a competir líderes u organizaciones no gubernamentales de híbridos entre lo público y lo privado que refundan y repolitizan a la sociedad civil. Es evidente que, "frente a la realidad anterior, los medios de comunicación social se prestan como la última opción, como el último factor de poder, del cual sería factible esperar un impulso racionalizador". (Toro, 1991: 173)

Asimismo la democracia toma una nueva forma de conocimiento entre lo público y lo privado para la función del manejo del Estado moderno. Una tendencia

híbrida que forma la sociedad civil por el hecho de que el Estado comienza a socializarse (como ente de acción público-institucional) y la sociedad comienza a estatalizarse (como ente en su esfera de lo privado por nuevos conflictos que se colectivizan). Surge una sociedad civil que demanda respuestas a las graves crisis sociopolíticas. Una sociedad civil que se apoya en la comunicación política ejercida por los medios de comunicación para ofrecer sus opiniones privadas con la intención de colectivizar el debate, de interés para todos. En sí, hacerlo público y para los intereses de todos.

En palabras de J. Habermas en su obra de postulado político, *Historia y crítica de la opinión pública*, nos advierte que en aquellos procesos políticos europeos (en especial para Alemania) sobre su postura, la cual expresa así: "surge una nueva esfera, a partir del reciproco proceso de socialización del Estado y estatalización de la sociedad. Esa esfera no puede ser ya concebida ni como esfera puramente privada, ni como esfera genuinamente pública; ni puede coordinarse sin más con los ámbitos del derecho privado o del derecho público".
(Habermas, 1999: 181)

E incluso, en los ámbitos de comunicación e influjo de las demandas de la sociedad civil, se "comienza a configurarse la participación política de los procesos de formación de la cultura política y cognición política y en la formación misma de la opinión pública". (Peña, 2002: 12)

Es claro nos parece, que el cambio en la forma de participación política, por el influjo de la comunicación política transforma la cultura política de los ciudadanos porque: "los flujos de información política afectan el comportamiento político". (Peña, 2002: 13) Además debemos tener presente que entorno a la comunicación política existe otro cambio transformador como es la Internet. Porque este nuevo tipo de medio de comunicación (aunque no masivo en todos los países) evita un poco más la manipulación a la que se veían sometida y se ve aún hoy la información, las grandes masas, transmitidas en la TV.

En sí, lo que Jesús Peña Cedillo ha propuesto es que: "las propiedades únicas de Internet crean nuevos canales para la comunicación política entre actores políticos. El cambio fundamental se encuentra en el hecho de que antes de Internet los actores se veían restringidos a una transmisión del tipo 'uno a uno' propia de la comunicación personal, o a la altamente costosa transmisión 'uno a muchos' propia de los medios de comunicación masivos. Como resultado, existían pocos canales de comunicación entre ciudadanos y organizaciones políticas (y en efecto, muchos de los medios servían como porteros o censores que filtraban la información y limitaban los canales de comunicación política)". (Peña, 2002: 14)

Es un hecho que hemos estado influidos en gran medida por el tipo de comunicación política al estilo norteamericano, (a lo dramático, lo extremo, lo sensacional, la confrontación, la corrupción y el sexo) pero también es cierto que nuestra idiosincrasia es opuesta a la norteamericana en el sentido cultural, más

no, en el sentido del consumo. Lo que hemos copiado es la forma de propaganda y diversificación de la información. La comunicación política se caracteriza del patrón norteamericano y ello se percibe claramente, en los procesos electorales que se transforman en nuestras regiones en un show para obtener votos fundado en mentiras y demagogia.

Por ejemplo, vale decir, en Venezuela la comunicación política ha cambiado hacia un discurso preñado de falsedades, de retórica trasnochada, que en nada hace que la comunicación y entendimiento entre los ciudadanos y el gobierno, más distintos sectores sociales y económicos puedan entender y lograr un consenso para que la democracia y sus instituciones se desenvuelvan de manera eficaz. A partir del discurso populista y demagógico de Hugo Chávez Frías a partir de su campaña electoral desde 1998 hasta la fecha, 2003.

Y como Bien señala Sartori que la Vídeo Política, como forma de la comunicación política, ella la vídeo política: "Comprende sólo uno de los múltiples aspectos del poder del video: su incidencia en los procesos políticos mediante una transformación radical del ser político y de la administración de la política. La vídeo política no es una prerrogativa de la democracia. El poder del video también está a disposición de las dictaduras... Porque es cierto que la televisión es una fuente importante de creación de opinión. En la actualidad, el pueblo soberano opina sobre todo con la forma con que la televisión le induce a opinar. El poder del video

se convierte en el centro de todos los procesos de la política contemporánea por su capacidad de orientar la opinión". (Sartori, 2002: 1)

Y, por último, en los procesos tanto electorales como de gestión de gobierno, los medios de comunicación y en especial la TV y los noticieros son creadores de opinión, de una opinión teledirigida en algunos aspectos dando con ello una comunicación política hacia los ciudadanos que pueden usar tanto líderes demócratas como líderes antidemocráticos. De hecho para Beranrd Manin: "La individualidad de los candidatos parece ser uno de los factores esenciales de estas variaciones: las personas parecen votar de modo distinto de una elección a otra dependiendo de la persona en particular que compita por su voto. Los votantes tienden cada vez más a votar a la persona en vez de al partido o al programa. Este fenómeno supone una desviación de lo que se consideraba como el comportamiento normal del voto en la democracia representativa, generando la impresión de que estamos ante la crisis de la representación". (Manin, 1998: 267-268)

En Venezuela se ha podido observar un movimiento extraordinario de ciudadanos (organizados en la sociedad civil) los cuales ven en la gestión del presidente Hugo Chávez Frías un fracaso de gobernabilidad. Y los medios de comunicación están canalizando esa opinión pública para disminuir la fuerza del gobierno entorno al poder político del Estado y es en este sentido un gran ejemplo de la comunicación política a través de la información de los medios en

Venezuela. Una fuerza democratizadora de la participación civil en los asuntos políticos públicos que atañen al ciudadano en sus problemas cotidianos de vida.

Son los medios en Venezuela quienes llevan la batuta para hacer una oposición, y ello nos plantea un problema institucional el cual demanda más y mayor capacidad de gestión en el gobierno, que también se ha valido de los medios de comunicación he información para dar su versión de su gestión. Aunado a la debilidad de los partidos políticos en Venezuela para paliar el conflicto.

Digamos entonces, para concluir este capítulo que: tal como lo afirman claramente Destler, Gelb y Lake, el nuevo poder de la prensa ha incrementado la tendencia integradora de las instituciones de nuestra sociedad, enfatizando divergencias, promoviendo controversias y reforzando el carácter espasmódico de las políticas públicas. En el ámbito de la política exterior, la acción de los medios de comunicación social ha resultado, por tanto, manifiestamente irresponsable.

CAPITULO V. INFORMACIÓN Y GLOBALIZACIÓN.

"La situación actual parece obedecer a dos cosas. Primera, los canales de la comunicación política afectan a la naturaleza de la relación representativa: mediante la radio y la televisión, los candidatos pueden, de nuevo, volverse a comunicar directamente con sus circunscripciones sin la mediación de la red del partido. Ha pasado la época del activista y del hombre de partido. Además, la televisión otorga especial realce y fuerza a la individualidad de los candidatos. Los medios de masas, no obstante, favorecen determinadas cualidades personales: los candidatos exitosos no son los notables locales, sino lo que calificaríamos de personajes mediáticos, personas que tienen un mejor dominio de las técnicas de la comunicación mediática que otras".

Bernard Manin. Los principios del gobierno representativo.

Alianza editorial. Madrid, 1998.

5.1 Formación de la sociedad de la información.

Es un hecho indiscutible que nos encontramos en la actualidad en una sociedad de la tecnología, la información y el conocimiento. En este sentido, diremos que el mundo de hoy (de la globalización económica y de la globalidad política) gira entorno a la información y los conocimientos para la consecución de objetivos, tanto colectivos como individuales en los entornos sociales.

Vale decir, trataremos de analizar (para esta sección), cómo en la historia van evolucionando tanto los medios de comunicación e información desde el invento de la prensa en 1444 por Johannes Gutenberg, como el proceso europeo que ha significado el principio de la distribución de la información para gran cantidad de seres humanos y cómo la información juega un papel determinante en occidente para la modernización de los ciudadanos en los distintos procesos políticos.

Desde el invento del telégrafo Morse que fue patentado en el año de 1832 (que gracias al invento del alfabeto telegráfico recibe el nombre de Samuel P. B. Morse), luego el invento del teléfono por Graham Bell en 1876 (aunque se pone en duda, porque el congreso norteamericano ha emitido la información de que el supuesto inventor del teléfono fue en realidad Antonio Meucci), después el invento del televisor en 1927. Luego la BBC de Londres transmite el primer programa, y

como competencia en la CBS y NBC en Estados Unidos de Norteamérica en el año 1930. Más el cine, la radio y la prensa han servido de conductores desde sus creaciones para generar opiniones públicas y comunicación política tanto negativas como positivas, y además han sido también la fuente de información a través de la comunicación política dentro de los Estados, y ahora bajo el influjo de las transnacionales mass-mediáticas en todo el globo en el proceso de globalidad.

Ante este escenario, la difusión de imágenes de los distintos conflictos y guerras como parte de la oferta de infoentretenimiento que se presenta en los horarios de más audiencia de públicos, como los noticieros y que en la actualidad pereciera que el público estuviera acostumbrado no es, “un fenómeno que haya nacido con la CNN y la globalización de la información. La primera intervención militar filmada fue la invasión a Cuba, en 1898. El reportaje de la Vitagraph se llamó fighting with our boys in Cuba (combatiendo con nuestros muchachos en Cuba)” (Albarrán, 2001: 1)

La primera guerra mundial alimentó a la teoría de la comunicación con la hipótesis sobre el control de la opinión pública, y ello debido a las distintas formas de propaganda para moldear las opiniones. Es así como el concepto de propaganda se va transformando en una guerra psicológica para la segunda guerra mundial, con sus diferentes componentes de distorsión, y control de la información para generar desinformación. De esta manera la desinformación ha avanzado a grandes pasos hasta la llegada de la guerra en el Golfo Pérsico en

1991, cuando el ejercito norteamericano realizó un control total sobre la información que de esa guerra fluía.

De hecho el control ejercido por los norteamericanos en la guerra del Golfo, bajo el nombre de Tormenta del Desierto fue un control mucho más agresivo que en la guerra de Corea del Norte (1950-1953) o el gran fracaso, Vietnam (1961-1975). Además la armada norteamericana ha ido con el pasar del tiempo perfeccionando sus técnicas de censura que se han puesto en práctica en las invasiones de Granada en 1983 y en Panamá en 1989. Incluso, es una técnica de censura que las diferentes dictaduras latinoamericanas también pusieron en práctica para acallar las voces disidentes a sus nefastos regímenes comunistas y socialistas que en la historia han demostrado que las revoluciones de este corte no han resuelto los graves problemas que aquejan muchas sociedades.

Hoy, ya dejado atrás el fantasma del comunismo y de la Guerra Fría luego de la caída del Muro de Berlín en 1989 y de la Unión Soviética en 1991. Pero ha entrado en escena otro factor de conflicto social que es la inestabilidad de las democracias y las continuas inestabilidades económicas que repercuten en todas las economías tanto de países desarrollados como de países subdesarrollados. Y ello aumenta el proceso de desigualdades entre ricos y pobres en la era de la sociedad del riesgo, trabajo informal y medios de comunicación como reflejos de lo que el mundo global está padeciendo. La desesperanza, la angustia y el miedo. Aunado ello a las nuevas formas de terrorismo.

Por todas estas razones, y por consiguiente, "la necesidad gubernamental de control de la prensa no es gratuita, dada su capacidad de influencia, tal y como lo entendió el gobierno estadounidense a finales del siglo XIX, cuando una campaña orquestada en los periódicos sensacionalistas de Willian Randolph Hearst, encabezados por el New York Journal, obligó a la invasión militar de Cuba en 1898. Hearst había enviado a un reportero y a un dibujante a la Habana; éste último, Frederic Remington, telegrafió a su jefe pidiéndole autorización para regresar, pues no había nada que informar. 'Todo con calma no habrá guerra', le explicó a Hearst. La respuesta del empresario periodístico es célebre: 'Ruégole se quede. Proporcione ilustraciones, yo proporcionaré la guerra' ". (Albarrán, 2001: 1)

Entre otras cosas, "este es el mismo Hearst que, ya entrado el siglo XX, participaba en las reuniones anuales a puerta cerrada de la American Newspapers Publishers Association, el club de dueños de periódicos estadounidenses, donde tomaban decisiones empresariales conjuntas para defender sus intereses extra-periodísticos, desde el golpeteo al naciente sindicato de prensa (American Newspapers Guild) hasta el reforzamiento de su cabildeo en Washington, que ejercía toda la presión posible contra medidas gubernamentales que afectarían sus intereses mercantiles, según documento en esos años el periodista estadounidense George Seldes, quien, a lo largo de casi todo el siglo XX denunció las maniobras que le permitieron acumular cada vez más poder a la industria periodística de su país". (Albarrán, 2001: 1)

Asimismo, el período de entre guerras fue fecundo en teorías sobre la "manipulación y control" de la opinión de las masas, las mismas técnicas que fueron ensayadas en todo el mundo a través de emisiones de radio de onda corta. "Para ello, Londres tenía a la BBC, y Estados Unidos creó La Voz De América y una división de relaciones culturales, dentro del Departamento de Estado, en el que eran piezas clave las revistas Time y Reader's Digest. Estas actividades de propaganda se dirigieron fundamentalmente hacia Latinoamérica como parte de una teoría geopolítica basada en el concepto de defensa hemisférica". (Albarrán, 2001: 1)

Puede decirse que, gracias a las actividades de propaganda y control sobre los sistemas de información y transmisión, los canales de repeticiones de noticias e informaciones de distinta índole tanto radial, periodística como televisiva, ya es posible hoy en día observar sus efectos sobre la vida de los consumidores de esos servicios teledirigidos gracias a los mass-media.

Sin embargo, hay que estar claros en que los mass-media tienen una influencia en la vida de los ciudadanos en la actualidad en la mayoría de los países, hecho que es muy importante tener en cuenta para poder saber cuál es la importancia de los medios como empresas culturales en los imaginarios.

Pero también los medios de comunicación e información masiva se han valido de una suerte de aureola de la “máxima verdad” para desinformar, y transformar los acontecimientos, hechos políticos, sociales, culturales o de otra índole. Convirtiendo (transformando) la fuente de donde proviene la información en una mentira para sus intereses en muchos casos particulares (en especial, gobiernos, líderes, empresas o intereses económicos muy fuertes) y no al interés colectivo.

Como también la desinformación, se ha usado históricamente entre relaciones diplomáticas, pero muy en especial en el siglo XX, con el auge y avance de la tecnología y los servicios secretos de los gobiernos. En especial de los gobiernos en la era de la Guerra Fría que usaron sus agencias de servicio secreto como la KGB en la ex Unión Soviética y la CIA en los Estados Unidos de Norteamérica, entre otras. Así como en sus países satélites y aliados. En todo caso, no olvidemos que la desinformación se usó también para la primera y segunda guerra mundial, y en la historia de la humanidad se ha usado la desinformación, para todas las guerras, lo que ha cambiado en el siglo XX y comienzos del XXI es la forma en que se transmiten las informaciones y desinformaciones gracias a las tecnologías.

Lo que hemos estimado como importante para esta sección del trabajo, es la relevancia que la información y su contra parte, la desinformación, han tomado para el debate sobre la democracia y la función de la opinión pública, en sus

formas expresivas. Porque la desinformación, en la mayoría de las veces se utiliza para mentir y descalificar a los adversarios. Sin embargo no siempre la desinformación se usa para descalificar o mentir. A veces se usa en algunas tragedias naturales o de otra índole, para evitar problemas y conflictos sociales de mayor envergadura.

Es decir, “la desinformación supone en un número considerable de casos precisamente mentir a cerca de la fuente”. (Durandin, 1995: 16) En este sentido, la fuente, como ente transmisor de donde proviene la información, se reacomoda, manipula y controla al gusto del sujeto emisor que distribuye la información hacia los receptores que en la gran mayoría de los casos va dirigida a confundir bajo una suerte de “objetividad” por parte del ente emisor, y en muchos casos es una información desinformada porque la fuente ha sido manipulada o reinventada, incluso inventada.

Hemos de considerar siguiendo a Guy Durandin que: “por motivos de la mentira entendemos el fin que el emisor intenta alcanzar recurriendo antes bien a la mentira que ni ha decir la verdad”. (Durandin, 1995: 54)

Es un hecho insoslayable que para entender la desinformación hay que entender los motivos que la producen y cómo se materializa en la mentira como forma de transformar la realidad y confundir al, o, a los receptores de dicha

información desinformada. En sí, entender los mensajes negativos desinformantes del emisor hacia los receptores.

En nuestras sociedades tele-mediáticas, la compresión del estudio en la ciencia política sobre este tópico es importante para comprender el manejo de los medios de comunicación masiva, y como estos hacen uso de la información. Ello nos permitirá además entender la función de la democracia en los distintos sistemas políticos del mundo en procesos de globalidad política y globalización económica como hemos venido sosteniendo.

5.2 El término desinformación.

Se escriben todos los días miles de textos y ediciones tanto televisivas como radiales, además en los periódicos en el ámbito global sobre la veracidad y objetividad de sus informaciones. Y es una realidad que éstos se creen los dueños de la verdad, y de la expresión de la opinión pública hoy en día, a diferencia de los diarios del pasado. Pero la realidad es otra, porque los medios de comunicación tienden a manipular la información en su uso para el ocio de su público y hacer de la información entretenida. Bajo la égida del mercado de consumo de bienes y servicios en la sociedad.

De esta manera diremos que la desinformación, se nos ha dicho, proviene del uso del término ruso que para los años veinte (1920) dado que el término

"dezinformatsia" bien para hacer mención a las campañas de intoxicación de los países capitalistas en contra de los regímenes comunistas y en especial, en contra de la ex Unión Soviética y después, en la época de la Guerra Fría.

De hecho para el año 1949 en el diccionario de S. Ojegou se definió la Desinformatsia como: "la acción de inducir a error mediante el uso de informaciones falsas". (Durandin, 1995: 21)

Entre los aspectos relevantes del uso del término desinformación, desde sus orígenes se evidencia el claro y preciso afán de engañar, falsear, transformar el uso de la fuente. De tal manera que: "la desinformación sería la cara negativa de la información y, por ello... ella es un conjunto organizado de engaños en una era en la que los medios de comunicación se hallan enormemente desarrollados".

(Durandin, 1995: 25)

Para muchos autores es evidente que la desinformación es el mal uso de la fuente, evidencia el claro y preciso afán de inducir a error y confundir a la opinión pública o, a los receptores que se les transmite la desinformación. De hecho para los Estado totalitarios o dictatoriales la máxima es la desinformación dirigida hacia el gran público por medio de campañas para confundir y provocar el temor y el terror. A diferencia de los casos de los Estados democráticos, desinformar por parte de los medios al público es mentir... pero en todas las democracias se utiliza la desinformación de una noticia u hecho parar evitar (en

algunos casos) males mayores, o para manipular sectores según las ideologías políticas. (Durandin, 1995: 25)

Podemos ver los casos de los populismos, en donde el excesivo uso de la palabra por parte del líder mesiánico hacia su masa de acólitos, cargado de demagogia, no hace otra cosa que engañar a la masa de ciudadanos que le escuchan o le ven.

De hecho, vemos cómo, y en gran sentido, los nuevos líderes políticos se han formado bajo la tutela de las “cámaras”, los hace personajes públicos políticos que en muchos sentidos responden a una suerte de políticos “outsiders” provenientes de organizaciones no gubernamentales (en algunos casos) o líderes extra-partidos que producen un déficit político dentro de la construcción del imaginario democrático, dando como resultado desafección política del ciudadano hacia los partidos y las instituciones.

Entre otras razones, “el nuevo liderazgo que comienza a establecerse estaba netamente orientado hacia la promoción de formas plebiscitarias de gobierno y de participación, firmemente en la figura de un presidente personal”. (Ramos, J, 2002: 16)

Asimismo, esa relevancia en la figura de un hombre (que los medios producen y reproducen) se afianza en informaciones que los medios de

comunicación masiva venden del líder, que en muchos sentidos prometen más que de la misma capacidad gerencial y política del hombre-político candidato al cual promueven. Muy distinta se presenta la situación de los políticos profesionales en donde los medios observan y publicitan sus acciones en los parlamentos. Aunque ambos tipos de políticos (profesionales y recién llegados a la palestra público política) tienen la necesidad de proyectarse en los medios. Por ello, la información se hace excesiva y tiende a desinformar sobre las promesas del líder. Así las cosas, diremos además que en los sistemas presidencialistas se produce más la tendencia a la personalización en el líder que en los sistemas parlamentarios. De ahí que en América Latina se produzcan tantos gobiernos personalistas autoritarios y populistas.

Son muchos los ejemplos que podríamos tomar para medir la capacidad de los medios para informar o para desinformar. Pero lo que sí debemos mencionar acá, es que hay que tener en claro el gran poder y capacidad de sugerión que tienen los medios de comunicación e información sobre los signos y contenidos de la vida diaria de los receptores-consumidores de mensajes y opiniones de dichas informaciones u desinformaciones.

5.3 Desinformación y medios.

De lo que se tratará acá es que: "la desinformación se hace en interés del desinformador y apunta, muy a menudo, a perjudicar al interlocutor (o bien a un tercero, por la intermediación del interlocutor)". (Durandin, 1995: 55)

Lo cierto es que los medios se valen en muchos sentidos del espectáculo y el amarillismo, bajo una suerte de "objetividad" creyéndose los amos de la "única verdad" como aquellas agencias internacionales como la CNN, BBC, UNIVISION, TV AZTECA, entre otras, que a sus modos y formas, informan en una suerte de desinformación prestada a los mercados de capitales a los que estás pertenecen. El asunto parece escabroso pero es legítimo porque al fin y al cabo, los medios de comunicación e información son grandes negocios corporativos y deben rendir en beneficios económicos, lo cual hace de la industria cultural un gran incentivo y además es otra y nueva forma de generar empleos.

Es un hecho que las agencias de noticias en muchos sentidos mienten o inducen a error, fingiendo el respeto a los valores de la sociedad democrática. Por su puesto no todo el tiempo en que informan, sino dependiendo de las circunstancias... Incluso cuando se produce la desinformación en la manipulación de la fuente, real o no, también esa mentira se adhiere a ciertos valores o creencias. Puede llegar una mentira fabricada a transformarse en una verdad. Y ello, puede repercutir en la deslegitimación de los representantes políticos por

parte de los ciudadanos, o puede repercutir en la confianza económica, lo que significa que puede producir crisis, tanto políticas, como económicas en un sistema determinado.

Y como hemos venido observando en la mayoría de los casos, son las agencias de noticias u otros programas los que infunden noticias desinformadas. Pero también hay que agregar la responsabilidad de los periodistas, o personas encargadas de la producción. Lo cierto es que algunos periodistas se adhieren a los valores democráticos en la sociedad pluralista y de respeto a la libertad de expresión y derechos, para valerse de ello e inducir a la desinformación.

Pareciera ser que: "la mentira entonces consistiría en hacer creer al interlocutor que uno venera los mismos valores que él, con el fin de disimularle sus propios sentimientos e intenciones. La mentira en todo caso no se referirá al valor en sí mismo, sino a la adhesión que suscita". (Durandin, 1995: 73)

Significa simple y llanamente, que los periodistas (no todos, ni la mayoría) se prestan a desinformar en pro de sus carreras con eventos sensacionalistas o exagerando la información haciendo una información trivial algo de escándalo y espectáculo.

Y como bien lo ha señalado Frank Priess: "los periodistas mientras tanto cuentan con sus limitaciones: en primer lugar son predecibles en sus criterios de

selección, en su rutina diaria. También hoy en día muchas redacciones se están achicando, los medios reducen los costos y cubren plazas de periodistas profesionales con pasantes no pagos. Los bajos sueldos obligan a muchos a trabajar en diferentes lugares al mismo tiempo, todo a costa de investigaciones profundas, de la independencia y del rigor profesional". (Priess, 2001: 42)

Además en procesos de cambio dentro del Estado se usa mucho la desinformación. Es decir, toda revolución de cambio dentro de un Estado permite la llegada de una ideología que siempre termina desinformando. Porque: "una ideología, cuando se adapta de manera exclusiva, puede desembocar en una deformación de los espíritus, e incluso desinformar". (Durandin, 1995: 58)

Ahora bien la desinformación cuando se origina en los medios es para distribuir la mentira que gracias a los medios técnicos de hoy día se puede desinformar, no sólo desde un noticiero o periódico, sino que se puede desinformar con producciones de cine (las cuales supuestamente relatan un hecho de la vida real) u otros tipos de programas. Para hacer cambiar la opinión que pueda tener una masa de espectadores, audiencia, sobre determinado hecho político, social entre otros.

Hemos venido escribiendo de la desinformación y los efectos que produce cuando se le manipula en los medios de comunicación masiva. Pero estamos pasando por alto un hecho, en el cual los medios se estructuran y organizan para

que significa el claro proceso para producir la desinformación al receptor público. De este modo, se encubre, bajo el doble lenguaje, la intención de confundir, y con esto desinformar en distintas versiones de un acontecimiento. Pues en esas condiciones le resulta fácil al desinformador de la fuente valerse de los medios de comunicación masiva.

Dentro del análisis que hemos venido construyendo, podemos observar que la información, y la desinformación tienen matices distintos según la clase social, porque la percepción de la información como la de su cara negativa, nótese bien, "no siempre la manipulación de la información es premeditada; muchas veces refleja a una deformación profesional, y esto la hace menos culpable pero también más peligrosa". (Sartori, 2002: 3)

Pues en esas condiciones los sectores sociales tendrán distintas formas de interpretar una noticia o suceso según cómo se les presente la información o desinformación. Es decir, según sus propios intereses de clase. Pero para todas las clases el hechos de la desinformación e información se tiende a igualar para la TV que, "da menos información que cualquier otro medio de comunicación". (Sartori, 2002: 3)

En este contexto por ejemplo, la televisión ha traído consigo un notable cambio, para Giovanni Sartori: "muchos habrán notado que en la televisión cada vez son más abundantes las noticias locales-nacionales y más reducidas las noticias internacionales. Aún peor, o peor que nunca, habrán notado que la

televisión ha adoptado como principio la obligación de mostrar visualmente, la exigencia de tener imágenes de acontecimientos tan insignificantes como artificialmente hinchados". (Sartori, 2002: 4)

Como resultado de lo anterior Sartori postula: "al final sucede que terminan por contarnos las elecciones en el Reino Unido o en Alemania rápidamente, en 30 segundos, cuando tenemos suerte... De la media hora que duran los telediarios actuales, dedican 20 minutos a producirnos un hartazgo de crónicas triviales y de noticias que existen sólo porque han sido elegidas o inventadas por la cocina de los noticiarios. ¿Eso es información?. Pero es una información pero no digna de mención". (Sartori, 2002: 4)

Llegados aquí, podemos pensar si la pregunta que se plantea Sartori es válida, porque nos estamos embarcando en una simbología que pretende es vender productos bienes y servicios de toda índole, pero no de darnos informaciones claras y precisas. En general, los telediarios son sensacionalistas para no hacer la noticia aburrida o, como los canales tipo CNN (internacionales) o locales-nacionales que tienden a repetir las noticias muchas veces pero sin gran contenido informational para una clara comunicación.

Los efectos de esa forma de informar no se hacen esperar. Uno de los graves problemas que afrontan las sociedades en la actualidad con respecto a la información y el engaño, es que se le están dando demasiada importancia a

informaciones vacías de contenido importante, siendo las informaciones en especial en la TV amarillistas. Más aún, se le presta demasiada atención a hechos políticos de por sí estúpidos y triviales que, "niegan la convivencia civil, el principio de escuchar a la otra parte". (Sartori, 2002: 6)

En fin, lisa y llanamente para Sartori de una forma muy pesimista nos aclara que: "el video nos llena de manifestaciones, pancartas, gente que grita, que lanza piedras e incluso cócteles molotov, y tienen siempre razón (en las imágenes que vemos) porque a su voz no se contrapone otra voz". (Sartori, 2002: 6)

CAPITULO VI. DESCUBRIENDO LA POLÍTICA Y LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE ELLA.

"Todo lo que sabemos sobre nuestra sociedad, sobre nuestro mundo, lo sabemos a través de los medios de comunicación. Pero los conocemos los suficiente como para no fiarnos, Para mantener siempre abierta la sospecha de la manipulación".

Fernando Vallespín. El futuro de la Política. Taurus, Barcelona, 2000.

"la Polis griega, signo primogénito de la ciudad y su espacio de encuentro para dilucidar las ideas de lo político como actividad humana en la que todos los hombres tenemos un quehacer y en la que todos estamos involucrados, dio paso con el tiempo histórico al senado romano, a la ciudad medieval, a los curiales de la iglesia, a los humanistas, a los partidos... Y hoy a los medios masivos de comunicación, a los massmediático, como el espacio público modernizador para la confrontación de las ideas, por lo tanto de lo político y de la política. Y serán estos mismos medios de comunicación los que harán entrar en franca crisis al quehacer político ilustrado, para dar paso a un quehacer político espectacularizado con nuevos signos

de confrontación y de reflexión que hacen que la política y lo político tengan que ser asumidos, si no queremos hacer que ellos desaparezcan de la realidad cultural actual, desde perspectivas/posturas teóricas y prácticas distintas a las que nos acostumbró la idea de modernidad ilustrada".

Marcelino Bisbal. Otros lugares para pensar la política. O consecuencias en la política de la mediación comunicativa. Humanitas. Portal temático en humanidades. 2000.

6.1 Influencia de los medios en la política.

Asimismo los medios de comunicación masiva influyen de manera importante sobre la toma de decisiones de la opinión pública política en sus asuntos sociales. Pero también es un hecho comprender que no sólo en los ámbitos políticos vemos dicho fenómeno. La familia, la religión, las relaciones entre amigos, en el trabajo, en el amor, y muchas otras situaciones de la vida cotidiana están perfilándose en los medios, en especial en la televisión y en Internet. Es ahí donde toma importancia comprender que los mass-media están incorporados (por su puesto no en todos los lugares del mundo) en nuestras vidas de una forma que todavía hay que entender y tratar de dar explicaciones plausibles para futuras generaciones.

Porque si bien es cierto, los medios y en especial la televisión se está condicionando como factor unificador de aquellos conflictos presentes en muchas situaciones sociales. Por ejemplo, los programas para la solución de conflictos familiares, de amistad, de negocios, vecinales, de pareja, entre otros. Además, éste cúmulo de programas brindan muchos placeres y tristezas, o por decirlo en palabras de Monsiváis, "la televisión es el gran interlocutor a quien se le cede el centro del diálogo familiar". (Monsiváis, 2000: 214)

De este modo los proyectos políticos deben tomar muy en cuenta el uso de los medios para hacer valer sus proyectos políticos, que sean estos últimos locales, nacionales e incluso internacionales para la aceptación de sus representados.

Asimismo, "más complejo resulta el discurso sobre el poder de los medios de comunicación, especialmente si se considera digna de atención la hipótesis de su influencia firme y doble sobre la política. Por una parte esta presunta influencia se traduce en las afirmaciones que de la lógica del medio televisivo empobrece el discurso político puesto que catapulta a los telegénicos (cualquiera que sea el significado del término) y a los telehábiles a la escena política, en detrimento de todos los demás competidores; también favorece a los candidatos ricos, que pueden permitirse costosas campañas a golpe de anuncios publicitarios o, incluso, la adquisición de programas completos. Por otra parte, se sostiene que el mensaje televisivo se presta a la manipulación más que a cualquier otra forma de comunicación política". (Pasquino, 2000:26)

Al mismo tiempo quiere esto decir, que nos enfrentamos al lenguaje, el arte, la estética de la modas y por su puesto a lo fenomenológico como nueva forma práctica de pensar el hechos social y político de nuestro tiempo de modernidad desbordada por la influencia y apremio de la globalización económica en una sociedad global que cada día tiende más al riesgo.

En sí, en esta sección del trabajo se fundará en la premisa de que nos encontramos en la sociedad mediática del triunfo del capitalismo global de los mercados de la información, bienes y servicios. Y otro tanto ha ocurrido que está afectando de manera paradójica nuestros entornos cognitivos culturales que se rearticulan a procesos y estructuras sociales desde hace un tiempo relativamente corto en la historia de la humanidad. No cabe dudas de que “el medio televisivo representa un tremendo desafío para la democracia política. Como evidentemente no es posible la abolición del medio televisivo, la teoría y la praxis democráticas están obligadas a elaborar medidas que lo contrarresten sin impedir, no obstante, alguna sombra de duda sobre lo excepcional del poder de la televisión”.
(Pasquino, 2000: 26-27)

En este contexto por ejemplo, se inscribe un proceso de retroalimentación decreciente, o sea, volvemos a la palestra de la discusión con los nuevos y viejos modos para replantearnos todo en el entorno sobre una razón de acción racional fenomenológica en la praxis y teoría de la democratización de las sociedades.

6.2 De la razón práctica como forma de acción política en los entornos mediáticos.

¿Cuál es el trasfondo? La respuesta no puede ser otra que el lenguaje, como forma de, y como medio de expresión del pensamiento expresado de distintas y diversas formas de todo tipo, que a su vez se transforma también en

distintos modos de hacerse expresar. Atrae la forma estética del lenguaje hecho figura, la música (fonética) como forma de expresar ideas y sentimientos que se siente en mentes tórridas y lúcidas.

¿Cómo ha logrado el hombre de un tiempo (relativamente corto en la historia) acá, sacar el mayor provecho de los símbolos y valores cognitivos para comercializarse éstos dentro de la sociedad de masas? Además nos debemos plantear, los efectos políticos que los medios de comunicación traen parejo en sus usos semióticos, usos y gratificaciones dentro de las culturas. De hecho, las distintas respuestas no parecen sencillas en un mundo “teledirigido” por la rapidez de los cambios en las tecnologías de todo tipo.

En general estas nuevas condiciones de vida y acción racional de los hombres, inmunda lo político y su forma de expresión que ha dado cambios en los patrones de conducta establecidos en épocas pasadas. De ahí que los medios estén jugando un papel importante en la palestra pública en la discusión de los modos de vida en las sociedades de todo tipo. En tal sentido, “las exigencias de los medios obligan a la política a presentarse según modalidades sustancialmente deterioradas aunque espectaculares, en detrimento del contenido, o trivializadas para captar a la audiencia de forma indiscriminada y en ocasiones manipuladora: Mientras nosotros nos preocupamos de quienes manejan los medios, es el propio instrumento en sí y por sí mismo, fuera de control, el que maneja incluso la formación de homo sapiens”. (Sartori, 1992. En Pasquino, 2000: 20)

Como resultado de lo anterior, nuestro mundo global de la segunda modernidad, vive, sufre y padece, una suerte de riesgo desde todos los ámbitos y está provocando así una desinstitucionalización de las otras ideologías y partidos agotados de tradiciones y conductas no adaptadas a los nuevos roles y valores que se están gestando.

Incluso, no estamos sugiriendo con fe ciega el fin de las ideologías propuesto hace un tiempo ya, por Francis Fukuyama, lo que queremos postular, es que estos nuevos y paradójicos procesos de ruptura y cambio trae parejo consecuencias y conflictos que no se tenían previstos por muchas de las ciencias sociales. Aunque mejor decir, fueron pocos los teóricos sociales que lo pensaron en el pasado.

Ante este nuevo escenario, Ulrich Beck nos ha planteado que esta suerte de ansiedad y miedo social al riesgo y a la inseguridad ha llevado al hombre y a la política a una reflexión subpolítica, en donde lo social y las demandas del ciudadano se comienzan a plantear de abajo hacia arriba en el ámbito de su propia creación. Es precisamente allí que entra a jugar importancia relevante los medios de comunicación para hacer llegar y manipular esas demandas del ciudadano. Significa una subpolítica de la función política misma, que como condición *sine qua non* le plantea al individuo (cuando hace uso de su civilidad) organizarse por grupos de interés específicos y no de solidaridades generales.

Verbigracia, como lo ha observado Zygmunt Bauman en su libro, *En busca de la política*; los miedos en acción hacen de los ciudadanos buscar consuelo ya no en las iglesias ya no en los partidos, ya no en las grandes ideologías que les llenaron de sentido en épocas pasadas.

Por todas estas razones, ahora el ciudadano mediático, sin que lo sepa, buscaba refugio en los grupos de apoyo, como alcohólicos anónimos, gordos anónimos, solteras/solteros etc... En el peor de los casos, y para muchos de los ciudadanos, la respuesta se haya en el control remoto. Es así, como percibimos la función tranquilizadora y perturbante (que por paradójico) se fusiona en los medios e influye en nuestro ideario cognitivo colectivo de acción práctica racional.

Pereciera ser (para el caso de la televisión) que, para muchas personas encender la caja de *Pandora* se hace para encontrar las bellezas sexuales, los lujos materiales, los viajes inalcanzables, todo aquello que en su vida cotidiana (para la gran mayoría) no logran acceder, es el reflejo de distracción y condición de un nuevo tipo de matar el tiempo pegados al aparato telé-transmisor.

Y, en cualquier caso, la función básica mediática es recrear el consumo, busca y hace, de una imagen prediseñada un modelo de vida fundador de los mercados globales.

Ya es posible observar las efectos de este tipo de globalidad mediática en donde el consumo como necesidad “básica” de los hombres cada día se hace más inagotable de nuevos objetos. Se nos presenta un modo de vivir consumiendo, en donde a falta de consumo se puede llegar a las más bajas pasiones, o sueños idílicos. De esta razón, de la sin razón, caen gobiernos y poblaciones enteras en la marginalización, pobreza y exclusión social.

Es precisamente de esa suerte de la sin razón, en donde la razón práctica de las acciones sociales de hoy día, se establecen en una racionalidad fenomenológica afectando de esa manera a la práctica política y establece nuevos roles y valores que hacen de todos los que las reciben sentir miedo y riesgos que los políticos y muchas de las instituciones por ellos conducidas, no están en la capacidad de afrontar.

Pero no todo es negativo, si de algo debemos estar complacidos con los medios de comunicación a escala global, es que le permiten al hombre destruir los “bastiones del aislacionismo cultural”. (Monsiváis, 2000: 213) Además libera aquellos secretos que por tabúes se dieron en situaciones pasadas, permitiendo así que nuestras generaciones amplíen su mapa mental con respecto a todo lo relacionado con la educación, tecnología y cultura. Dando complejos procesos laicos, que han permitido liberarnos (aunque hoy todavía existen en muchos países y mentes) de dogmas opresores, de fascismos demoledores y de racismos. Está permitiendo que los feligreses decidan sin temor sus posturas religiosas y a

las mujeres legalizar mucho más sus vidas. Lo que está implicando es un reajuste en las formas de pensar el matrimonio o, las relaciones afectivas, entre muchos otros hechos de la razón práctica del mundo global-mediático de la experiencia vivida del imaginario colectivo instituyente. (Castoriadis, 2001: 96)

En fin, como lo ha postulado Bisbal: "la gente voltea su representabilidad desde los políticos hacia lo masivo industrial de los grandes medios. Ellos se convierten en espacios idóneos para la representación y la interacción social". (Bisbal, 2000: 29)

6.3 La política y sus contactos con los medios como forma de razón práctica.

En momentos como los actuales, en donde los medios de comunicación masiva e informáticos (como la Internet) y los avances de las nuevas tecnologías, se nos está planteando entender reflexivamente los cambios sustanciales que ello ha provocado en el terreno de la política y sobre todo en el lenguaje político.

De éste modo la posición asumida en el terreno de la política fue y sigue siendo de carácter creador de civilidad en torno a los controles necesarios legales para una función social. En sí, "la política es creadora de civilización". (Crick, 2001: 157) En este sentido, tiene comparación con los medios de comunicación o mass-medias como lo hemos venido sosteniendo, porque éstos últimos se adaptan al lenguaje al permitir ampliar los patrones culturales de distintas sociedades y de

todo tipo, permite al receptor de dichas emisiones ampliar su mapa conectivo-colectivo-cognitivo del mundo en donde se desenvuelve.

De ahí que la globalización (en sentido económico) desdibuja los lindes de interés entre hombres, mujeres, mercados, capitales y gobiernos. En sí, descubrir la política y redescubrir sus bases, significa interactuar como *Homo Videns* (Sartori, 1998) en los terrenos de lo escenográfico e interactivo.

El asunto se torna escabroso por las desigualdades que ello ocasiona en muchas zonas, e incluso en los propios países más desarrollados. Por ejemplo en países como Norteamérica, Alemania, Italia, España, Francia, Australia; se encuentran cúmulos de sub-culturas en pugna que proliferan cada día más por las migraciones causadas por las crisis económicas. Y estas clases migratorias en dichos países se encuentran separadas por redes de autopistas o zonas urbanas, que se auto excluyen de la clase social propia en donde se hayan. Y, las clases tradicionales los excluyen de diversas formas.

Por consiguiente, la globalización no tiene carácter uniforme en relación con los movimientos migratorios, y los políticos en el ámbito local tienen posiciones distintas de enfrentar tanto problemas económicos, como problemas de clases.

Asimismo el efecto sobre nuestras vidas y actitudes hacia la política, corre en ese sentido de condiciones propias de cada sociedad y dependen en muchos aspectos de otros problemas tanto internos, como externos a nosotros. Por ello “en la actualidad, los medios, y en especial la televisión, le imprimen a la mediación política características inéditas que la desligan de las tradiciones de la cultura letrada para ingresar en zonas culturales que están ligadas a la imagen, a lo corporal, a los elementos de la vida cotidiana, al humor y al melodrama. La nostalgia por un pasado mitológico donde imperaban el discurso parlamentario, el razonamiento preciso o la coherencia ideológica corre por nuestra cuenta y tiene la edad de nuestros prejuicios”. (Quevedo, 1992:20)

Es claro, que si los medios son relevantes, no son los únicos sobre la palestra de discusión. Puede decirse sin error que éstos últimos juegan un papel destacado en la creación de la opinión pública, pero no han llegado aún a superar el poder de los Estados con relación a la creación de instrumentos jurídicos para ordenar a la sociedad.

Caso de no ser así, entonces diremos que la televisión ha adquirido “un poder colosal, potencialmente... Como si fuese un Dios mismo quien hablara”. (Bosetti, 1998: 7) Como se sabe, es una posición irónica que permite ver lo lejos que está decir que los medios (y en especial la televisión) puedan llegar a ser una institución más poderosa que el Estado y los gobiernos en la sociedad.

A pesar de lo anterior, podemos ponernos de acuerdo en que la TV cambia el ambiente en los entornos familiares, nos remite al consumo y acrecienta las desigualdades entre los hombres-ciudadanos.

El problema central, radica en el mal uso que de ella (TV, prensa, Radio e Internet) hacen los líderes populistas y fascistas para manipular a los espectadores receptores y electores. Porque “la política hace tiempo que entró en franca crisis. Hay un eclipse de lo político y sobre todo de su forma de representar a la ciudadanía en cuanto acción de la polis griega. Y es que la sociedad de masas destruye la manera como la política y el oficio del político se venían presentando”. (Bisbal, 2000: 12)

Asimismo se nos presentan por la crisis de la política los liderazgos outsiders de la política populistas “que como vendedores de milagros”, (Popper, Condry, 1998:34-35) aprovechan situaciones de descontento popular en épocas de transición conflictiva, para hacer uso de la propaganda populista-fascista, que margina la discusión democrática.

Estos “neo-líderes” hacen del insulto un discurso; y la confrontación su bandera, radicalizan a los sectores –lumpe- y enfrentan clases para hacerse del poder, como traficantes de esperanzas.

Entre otras dificultades, y para concluir este capítulo, ese lenguaje llevado a los medios de comunicación e información ha afectado profundamente a las democracias de América Latina. Puede decirse, que ese mal uso de los massmedia, va al lado de frágiles culturas políticas, que hacen del juego democrático mucho más complicado, afectando de manera drástica nuestros entornos de gobernabilidad, tanto a escalas políticas, económicas, como sociales. Así también, “se da paso a una política del espectáculo. Pero esto no significa que la política haya dejado de cumplir su rol, sino que debe adecuarse a los tiempos, y especialmente a los lenguajes en que esos tiempos se presentan y a las formas en que ellos mismos son leídos. No hay un fin de la política en términos de espectacularidad que ofrecen los dispositivos mediadores massmediáticos”.
(Bisbal, 2000: 12)

ASPECTOS QUE AFECTAN EL DESARROLLO DE LA DEMOCRACIA

DEMOCRACIA

NUEVAS FORMAS
DE PARTICIPACION
POLITICA

INFLUENCIA DE
MEDIOS DE
COMUNICACION

GOBERNABILIDAD
INSEGURA

DEBILIDAD
INSTITUCIONAL

SOCIEDAD
CIVIL

CRISIS DE
PARTIDOS

DEFICIT EN
LA DEMOCRACIA

LEDERES
POLITICOS
OUTSIDERS

SOCIEDAD
DEL RIESGO

INTERDEPENDENCIA POLITICA, ECONOMICA Y SOCIAL

CAPITULO VII. NUEVOS UNIVERSOS CULTURALES.

“En esencia, el proyecto cosmopolita aspira a especificar los principios y las medidas institucionales necesarios para poder exigir responsabilidad a las sedes y formas de poder que actualmente operan más allá del alcance de un control democrático. Lo que dicho proyecto sostiene es que en el próximo milenio todo ciudadano de un Estado tendrá que aprender a ser también ciudadano cosmopolita: es decir, una persona capaz de mediar entre tradiciones nacionales, comunidades de destino y estilos de vida alternativos. Ser ciudadano de un sistema político democrático en el futuro probablemente exija una función mediadora cada vez mayor: función que abarca un diálogo con las tradiciones y discursos de los demás con el fin de expandir los horizontes del propio marco referencial de significados y prejuicios”.

David Held. ¿Hay que regular la globalización?. La reinención de la política. Claves de razón práctica, Nº 99 ENERO/FEBRERO, Madrid, 2000.

7.1 Nuevos modos de vida en la sociedad del riesgo.

Los estudios sobre el sexo y el género en las sociedades occidentales, se han fundado bajo los cambios sociales de los roles de la familia. Es decir, en la edad media, la familia no se fundaba en el ideal del amor romántico (como lo percibimos ahora en las sociedades occidentales) sino el interés para procrear mano de obra necesaria para las cosechas o los distintos talleres del hogar en la familia extensa. La construcción de la familia ha variado con el tiempo, y , ello hasta hoy a cambiado de manera rotunda para interpretar los nuevos universos culturales.

En sí, entre los períodos que transcurren del siglo XV al XVII nos relata el historiados Lawrence Stone que: "la forma de familia dominante en la primera fase y en siglos anteriores la familia de linaje abierta. Un tipo de familia nuclear que vivía en el hogar bastante pequeño pero muy integrado en las relaciones con la comunidad incluyendo las relaciones con otros parientes". (Giddens, 1992:420)

Luego del tipo de familia extensa de linaje abierto, comienza el cambio de la institución familiar a raíz de los procesos de industrialización e inmigración en occidente, dando paso a la familia nuclear doméstica cerrada. "Un grupo vinculado por estrechos lazos emocionales con un alto grado de privacidad doméstica y preocupado por la crianza de los hijos" (Giddens, 1992: 421), basado en el amor

de los esposos pero que sigue (siglos, XVIII, XIX, principios y mediados del XX) con la autoridad del padre-esposo sobre la familia, como el sostenedor de los beneficios financieros y morales, bajo la tutela de las distintas religiones monoteístas.

Además, la mujer, para principios y mediados del siglo XX, todavía se encontraba en posición subordinada al hombre y al cuidado de los hijos y el hogar. Entre otros aspectos, los derechos de los niños y adolescentes eran inexistentes para todas las legislaciones de otrora épocas en la mayoría de los países occidentales.

Ya es posible observar sus primeros efectos y razones por las cuales el género, para esas épocas, actuaba y actúa como condicionante socializador de los roles y valores que debían seguir en sus vidas cotidianas la familia en sociedad.

Ahora bien, con los cambios, en especial los institucionales en lo referente a la aceptación del divorcio en muchos países y legislaciones, (más la profesionalización y ampliación de la educación superior) la mujer de un tiempo acá (mitad del siglo XX en adelante) se comienza a profesionalizar (claro, ello todavía hoy está muy condicionado) porque el género femenino comienza un nuevo tipo de construcción social, en donde la razón de su sexo, ya no implica y no es un condicionante para adquirir posiciones relevantes en los ámbitos

profesionales y políticos. Aunque su tarea, en el mundo de hoy, si estás están casadas, o son madres solteras, su labor es doble. De hecho, "también las mujeres, por tanto, si no quieren, en caso de divorcio, verse ante la nada o ante un paro de por vida, tienen que hacer su propia carrera formativa y laboral dentro de, y sufriendo las condiciones de, la maternidad y del matrimonio. De esta manera el matrimonio y la familia se convierten en unos juegos malabares en los que hay que conciliar biografías divergentes, para cuya permanencia en común no existen ya recetas patentadas". (Beck, 2000: 36)

En efecto, otro cambio, y en cierto modo es aquel que: "hace treinta años, al inicio del período al cuál me refiero, una mujer en un país desarrollado tenía una idea bastante clara del tipo de vida que le esperaba: una vida doméstica, hijos y quizás un trabajo de medio tiempo. Hoy, en la Unión Europea 25% de las mujeres jóvenes no planean tener hijos, ya que prefiere realizarse profesionalmente. Los índices de natalidad han bajado dramáticamente en Europa". (Giddens, 2001: 31)

Mientras tanto se supera la razón sexista del hombre como portador económico, y se supera la condición de la mujer sumisa y subordinada. Ellas en la actualidad, comienzan a tener derechos en las legislaciones de occidente (más no en otras regiones musulmanas, hinduistas entre otras) aunado aún papel más relevante y destacado en la toma de las decisiones de los Estados occidentales aunque en muchos países con nuevas legislaciones sobre la mujer y los niños no se cumplen por la gran pobreza en países de África o de América Latina. Ello sin

mencionar a las distintas culturas migratorias a países desarrollados en donde las mujeres y niños no tienen derechos a los beneficios sociales. Pero también es cierto que: "las mujeres han renegociado su postura dentro de los esquemas sociales. Por esto en todas las sociedades hay un debate sobre el futuro de la familia". (Giddens, 2001: 31)

En general, estos cambios están creando un movimiento a escala mundial hacia la desregulación de la familia nuclear tradicional, descomponiendo los sistemas de familias extensas y otros tipos de grupos heterónomos de parentesco que hoy las distintas crisis económicas hacen imposible el sostén de este tipo de familias.

Sin embargo, es evidente que los medios de comunicación e información, en especial la TV, también están recomponiendo e influenciando el proceso de esta nueva dinámica social, en donde el género se ve impulsado en el consumo de bienes y servicios dentro de la razón globalizadora del capitalismo.

Lisa y llanamente, el impacto de los medios está produciendo nuevas y paradójicas relaciones sociales, entre hombres, mujeres y niños. Así pues, "la familia tradicional no tiene futuro; para que ésta pueda sobrevivir tiene que reconstruirse. Se necesitan familias sólidas pero ya no pueden ser las del pasado, porque eso es incompatible con la igualdad entre sexos. Y esta igualdad es ya una realidad existente". (Giddens, 2001: 31)

Pues de éste fenómeno, se imparten símbolos a través de los mass-media, por medio de la publicidad de la vanidad y otros tipos de programas, (telediarios, novelas, películas, revistas etcétera), que influyen en las nuevas formas estéticas de las modas y de expresión humana.

Veamos por ejemplo: las propagandas de juguetes para niños, están enfocadas para cada género. Al igual que las distintas publicidades para los adultos. Pero dependiendo de la cultura a la cual está dirigido el mensaje. Asimismo existen publicidades neutras para ambos géneros. Indudablemente el impacto de los mass-media, pero en especial la TV, tiene implicaciones cotidianas y financieras en casi todas partes del mundo, más fuertemente en los países más desarrollados y occidentales democráticos.

Es decir, "la televisión, ha sido una especie de revolución en la revolución dentro de la esfera de la comunicación masiva. Adsorbió una porción creciente del tiempo libre de las masas, difundió alrededor del mundo una nueva cultura audiovisual, creó audiencias de una magnitud nunca antes vista y transformó la publicidad y la información, ligándolas al complejo fenómeno de entretenimiento. Con esto se completó asimismo el ciclo de la comunicación a gran escala". (Brünner, 1999: 96)

Si aceptamos lo arriba expuesto, podemos hacer la afirmación en la cual el fenómeno mass-mediático está cambiando en muchos sentidos las formas culturales, y que ello da las bases para que los mercados de bienes y servicios establezcan su agenda hacia públicos heterónomos (pero también específicos) por géneros en el proceso de socialización y resocialización de las industrias culturales.

Es decir, las empresas culturales exaltan el discurso estético en imágenes y símbolos para garantizar, “la verosimilitud de la experiencia artística en el momento del consumo”. (Canclini, 1989: 62)

Muchas veces cabría decir, que la experiencia cotidiana del telepectador y receptor de los mensajes está cargada de elementos artísticos de todo tipo, para recrear la necesidad de un producto o servicio. Se origina de este modo un tipo de espectador soñador (más por necesidad que por otra cosa) a la que le será dirigido el mensaje y que en muchos sentidos ese mensaje es dirigido a distintos géneros, pero también es dirigido para todo tipo de público y ello dependerá del tipo de servicio que se pretenda comercializar y la cultura en que estos públicos se hallen.

Con gran frecuencia el papel de diseñador del consumo se plantea para las empresas culturales y financieras la necesidad de la TV, y los distintos mass-media, como la radio, prensa, bayas, entre muchos, para poder colocar sus

productos. Además en el proceso de creación y elaboración ellos deben pensar en qué tipo de público y bajo que condiciones económico-culturales se desenvuelven.

De aquí que los nuevos universos culturales se nos presenten como nuevas relaciones simbólicas a partir del auge de la televisión que son portadoras de intereses a favor de los marcados de bienes y servicios. En todo caso, se plantea en distintos ámbitos culturales, y que éstos siguen conductas preestablecidas que los medios no pueden hacer cambiar de manera inmediata. Va socavando poco a poco por medio de símbolos e imágenes en el entorno a cada patrón cultural en donde se pretende adaptar al público.

7.2 Los efectos de los mass-media sobre los géneros.

Desde sus orígenes los medios han tenido distintas y dispares influencias en la vida cotidiana del hombre. Como por ejemplo, el tiempo que se le dedica a la televisión en su tiempo libre. Por la misma razón, “desde los años sesenta las transnacionales se encargan de tutelar las sociedades latinoamericanas. Vayan a su regazo las modas, el sentido de los juegos infantiles, la cultura juvenil, el uso admitido del tiempo libre”. Monsiváis, 2000: 223)

Al reconocerles este papel de diseñador de la cultura imaginativa, nos embarcamos en la sociedad del conocimiento por la necesidad de estructuras educacionales, toda vez que la sociedad en su proceso socializador con el paso

del tiempo necesita adaptarse a los cambios culturales, políticos y en los mass-media los obligan.

Con gran frecuencia existe una obligación creciente e inconsciente en la cual, la competencia pasa a ser una parte fundamental de la vida para poder lograr el éxito y el poder que el dinero y los bienes aportan, tanto a escala individual como a nivel del desarrollo de los Estados.

En efecto: "la información acaba por tomar el relevo, es ésta la que produce los efectos culturales y psicológicos más significativos; ha sustituido globalmente a las obras de ficción en avance de la socialización democrática individualista". (Lipovetsky, 1994: 254)

Asimismo el gran viraje en nuestras sociedades y culturas occidentales se están produciendo en la destradicalización de los roles y valores humanos. Lo que nos lleva a pensar en la función desintegradora de los géneros. Pasando a funciones legitimadoras de consumo. En tanto y en cuanto, gracias a la profesionalización de las mujeres y la liberación de conductas no sexistas ni racistas (aunque todavía prevalecen) En tal sentido, el asunto ya no significa diferencias entre los sexos. Ahora esa creencia queda vacía de contenido, porque las cualidades del presente y seguro para el futuro serán muchas veces y en muchas latitudes crear y crearse en consumidores. Hombres y mujeres de éxito pasan a ser creadores de opinión. Es por ello que en el futuro no tendrán sentido

muchas cosas que hoy observamos como normales, desde ese momento los mass-media tienen el medio idóneo para adaptar a las nuevas generaciones e imbricarlas en sus entornos.

En todo caso, las desigualdades sociales por falta de éxitos (en donde se nace y se crece) en todos los ámbitos está creando una paradójica ilusión, (la supuesta del éxito americano u otras creaciones mediáticas por el estilo) que de hecho, “los perdedores, son así, declarados responsables de su propia desgracia. Se los describe como ineptos o malvados, débiles o depravados, imprevisores o moralmente despreciables: en resumen, carentes de las cualidades que se consideran necesarias para triunfar en el terreno de la competencia... Como se entiende que las desgracias que padecen fueron producidas por sus defectos, sólo pueden culparse a sí mismos, y sienten que no les asiste ningún derecho de reclamar su parte de la torta, particularmente la parte ganada por los exitosos”. (Bauman, 1990: 132) Más aún se basa en creer ciegamente en un mundo teledirigido, teleinformado, temático en donde los géneros gozan de amplitud de criterios aceptables... ¿será verdad?

Finalmente, y esto es tanto más importante porque: “las grandes masas encuentran limitada su incorporación a la cultura globalizada porque sólo pueden relacionarse con la información y los entretenimientos que circulan en la radio y la televisión gratuita. Únicamente las clases altas y medias, y pequeños sectores

populares, acceden a la televisión por cable y algunos circuitos informativos".
(Canclini, 2000: 145)

CAPITULO VIII. REINVENCIÓN DE LA POLITICA. (A manera de conclusión).

"Tenemos que ponernos de acuerdo: la política no es un hecho dado; se hace; y a cada rato hay que volver a hacerla para seguir coexistiendo, y no dispararnos balazos entre nosotros, o a uno mismo... Porque la política a fin de cuentas, es el árbitro de ese partido de fútbol que se juega todos los días entre el equipo de las pasiones, por un lado, y el equipo de los ideales, por el otro. Y lo que nos sucede a nosotros, le ocurre a veces a las naciones".

Fernando Mires. Civilidad. Teoría política de la postmodernidad. Trotta, Madrid, 2001.

8.1 ¿Qué significa la reinvenión de la política?

Autores como Anthony Giddens (2000) han mantenido que la globalización surge en el momento en que a finales de los sesenta con la puesta en órbita del primer satélite, (como ya se ha expuesto líneas arriba) permitieron la comunicación instantánea entre dos partes cualquiera del planeta. De este modo, las comunicaciones y la puesta en uso de las nuevas tecnologías, permitieron, de esos años hasta nuestros días, la comunicación de las personas para poder enterarse de lo que sucedía en un mismo día al otro extremo del mundo. De hecho esa es la prueba funcional de la práctica de la globalización basada en las nuevas tecnologías como medio de conexión entre los seres humanos en todo el globo; comporta cambios teledirigidos por los medios de comunicación masiva.

Para autores como John Thompson, el proceso de comunicación se da con la puesta en uso de la imprenta, además de los distintos procesos de colonización de tierras de ultramar, por parte de las metrópolis. Pero también nos afirma que: "los medios técnicos permiten almacenar información y contenido simbólico. De ahí que los medios técnicos puedan observarse como mecanismos de almacenamiento de información diferentes, capaces de preservar, en distintos grados, la información y el contenido simbólico y tenerlo a disposición para su posterior utilización". (Thompson, 1998: 37) Ello ha

permitido el desarrollo de ciertas instituciones de manera global, como el capitalismo y el libre mercado, apoyando en gran medida bajo los preceptos de lo que fue el Estado y sus constituciones. Que se están replanteando vía mass-mediática en la actualidad.

El segundo gran cambio viene dado a raíz de la economía intangible de bienes y servicios, en donde la movilización de los capitales es casi instantánea, como ejemplo, las tarjetas de crédito y los mercados bursátiles. Y como tercero, y no en vano, la caída del comunismo soviético.²² Y como cuarto los sucesos del 11 de septiembre de 2001 en los Estados Unidos de Norteamérica. Y ello se debe al aumento del terrorismo en el mundo occidental y las repercusiones políticas y económicas que ello trae consigo.

También vemos, un gran cambio con respecto a los problemas y debates ecológicos. Los nuevos partidos verdes que en Alemania por ejemplo, o, en el Reino Unido, están comenzando a tener cierta relevancia política. Pero el asunto sobre el clima y sus cambios, con respecto al medio ambiente en donde vivimos (todos) ha llevado a ciertos grupos verdes y grupos ONG,s ambientalistas a manifestar en contra de muchas decisiones tomadas por los gobiernos, políticos, empresas, lo que aumenta el problema y la discusión sobre el debate sobre el medio ambiente y su preservación.

²² Para un estudio más detallado de éste fenómeno de la globalización, la economía del conocimiento y el dinero intangible, véase, Giddens, Hutton, *En el límite. La vida en el capitalismo global*, Criterios TusQuest, 2001, p. 13-80)

En una entrevista realizada por Francisco Suniaga en Frankfurt, al ex – líder francés de Mayo del 68, Daniel Cohn Bendit, que casi derrota a de Gaulle, y ahora diputado por un partido verde en el Parlamento Europeo, declaró, que las protestas de Sattle y Davos: "Son manifestaciones que critican la globalización y por ello (las manifestaciones) son necesarias e importantes, independientemente de que las exigencias concretas de los manifestantes sean o no concretas. Creo que allí, en muchos, el error está en decir que se está en contra de la globalización". (Suniaga, 2001: 59) No en vano, al reconocerles este papel en franca mala puntería, a estos grupos, se evidencia cómo la globalización económica hace que ciertos grupos ambientalistas y muchos otros, respondan en manifestaciones callejeras por las grandes desigualdades y los problemas medio-ambientales que generan ciertas decisiones político-económicas de los países con más desarrollo y que afectan las economías de los países menos desarrollados.

Entre otro orden de ideas, los símbolos del mundo son manejados en un principio por la reproducción y distribución de los libros, los sistemas educativos para la mayoría, más los panfletos políticos, periódicos, leyes, valores religiosos como la Biblia. Luego continuaron los desarrollos en las tecnologías y acto seguido entran en escena los telegramas que permitió la rapidez en las noticias importantes en los EE.UU. Seguidamente el rápido auge de los medios de transporte como el ferrocarril, el transporte marítimo y la creación de Ford del

vehículo de combustión interna que revolucionó totalmente la forma de movilización del mundo y activó la industria del petróleo como nunca se pensó. Y el auge del transporte aéreo. Además, el gran viraje de los medios de comunicación hacia formas digitalizadas que aumentan la rapidez y fluidez de la información, y su control por las grandes industrias mediáticas.

Es evidente que, el cambio con respecto a los mass-media se va construyendo en una idea y práctica en el espacio y el tiempo. Porque de hecho, "cualquier proceso de intercambio simbólico generalmente conlleva la separación de unas formas simbólicas de su contexto de producción: son arrancadas de este contexto, tanto espacial como temporalmente, e insertadas en contextos nuevos que podrían encontrarse en diferentes tiempos y lugares". (Thompson, 1998: 41) Es ése el cambio, tiempo y espacio el más importante que aportan los medios de comunicación e información en el fenómeno de fluidez, tanto positiva como negativa del uso de la información para distintos intereses.

Valiéndose Thompson del concepto de *distanciación* propuesto por Paul Ricouer, expone; que son separados los textos y distintas informaciones televisivas de sus contextos originales. Pero se tiene en cuenta que hay que conjugar espacio tiempo con los elementos mediáticos para no confundir la visión del sujeto interactuante. En sí, el proceso simbólico va entre espacio y tiempo desterritorializando los valores cognitivos, pero también replanteando las

tradiciones que se niegan a morir en un mundo tele-espectacular en una interacción a distancia. Sólo como observador, más no como actuante cara a cara, como era en el pasado. Porque en el presente, los medios de comunicación e información están dirigidos a una pluralidad de individuos en sus distintos destinos y escenarios, y, en donde cada grupo humano interpreta los hechos, fenómenos e informaciones desde sus perspectivas socio-culturales, bien sea bajo rechazo o aprobando.

Es por ello, que el político de hoy debe entrenarse en gran medida, para actuar y convivir, bajo la presión de los mass-media, además aumentando mucho más sus niveles de profesionalización a diferencia de épocas pasadas, si quieren ser escuchados y aceptados por el público que cada vez se privatiza más de los asuntos públicos en los aspectos políticos de los profesionales de la política.

En estos nuevos tipos de interacción en donde se observa un profundo cambio en la democracia del siglo XXI, una democracia mediática y teledirigida por los medios. Para Ulrich Beck (2002) en el futuro tendrán sentido los partidos políticos cosmopolitas. Es decir, este nuevo tipo de partido representan los intereses transnacionales.

8.2 La reinención de la política y la democracia.

Permítanme decir brevemente lo que entiendo por reinención de lo político y la política. Precio ser que la reinención de la política comienza su discusión a partir de 1991 con la caída del mundo comunista-soviético o, con el derrumbe del muro de Berlín en 1989. Pero nos resulta un poco vago si ya se ha escrito, que fueron los cambios producidos por la globalización económica y cultural, con la puesta en uso de las telecomunicaciones, las que, abrieron el abanico de ideas y debates sobre el futuro de la política, que ha permitido abrir el compás de nuevas formas de pensar la democracia global cosmopolita y sus instituciones futuras.

Y como bien señalará Ulrich Beck en su libro *La Invención de lo político*, que: "la invención de lo político significa: política creativa, autocreativa, que justamente ni cultiva y reinventa viejas hostilidades, ni toma e intensifica los medios de su poder con ellos, sino que propone y forja nuevos contenidos, formas y coaliciones. Con ello se significa un renacimiento de lo político, el que se ubica así mismo, para usar una imagen de Fichte: que desarrolla y despliega su actividad de la actividad, impulsándose a sí mismo para salir del pantano de la rutina". (Beck, 1999: 181)

Entre otras razones, la invención de lo político como reinención de sí mismo, comporta la descentralización de lo político y la política del interés privado,

enmarcados en el Estado Nacional tradicional; las instituciones políticas y los partidos políticos. "Pero también hay más: Desde el fin de la guerra fría, pensamos y actuamos en ruinas lingüísticas en las cuales, detrás de la brillante fachada de las palabras, anidan, florecen y se organizan en todas partes nuevas realidades. Podría llamarse a esto la invención de lo político como política del statu-quo: se conservan los nombres de las instituciones políticas clave, y por ello, los cambios políticos pueden ser realizados casi sin legitimación, a un costado de la atención pública". (Beck, 1999: 181)

Bien, hasta aquí es válido. Pero la reinvención de la política, en oposición a Beck, se comienza a manifestar para los años sesenta y setenta. Pues bien, bajo la postura asumida por Anthony Giddens, en el sentido de que, la globalización de la economía intangible, tecnológica y del conocimiento, han sido los detonantes para el cambio paradigmático dentro de la cultura moderna entorno a la política y el cambio en el interés público. Para Ulrich Beck (2002) el cambio de las estructuras sociales (a diferencia de Giddens) proviene de los riesgos que esos mismos cambios (de índole político y simbólicos culturales) producen en las instituciones públicas y en las formas de vida privadas.

Por tanto diremos que, la reinvención de lo político como propiedad pública, va de la mano con el replanteamiento de todas las categorías de análisis que años atrás explicaban el mundo de los ciudadanos, y los sistemas políticos de occidente, y que, con la caída del mundo soviético se destapa la hoyo de presión,

saltando de ésta manera y desbordándose todos los valores y residuos de la modernidad ilustrada, dando paso y cabida a una modernidad reflexiva por los mismos conflictos irresueltos por la primera modernidad.

También aceptamos la postura teórica de Ulrich Beck en varios de sus trabajos a partir de su postura sobre la sociedad del riesgo, en la cual la postmodernidad no es más que la modernidad reflexiva, o segunda modernidad²³, porque recoge todos los desperdicios conceptuales de las categorías de análisis de la modernidad clásica y tardía. Asimismo, “no sólo se han desmoronado las ideas del comunismo y de socialismo, o el modelo de gala Sueco del Estado de Bienestar, sino también las doctrinas de la economía social de mercado y del Estado Nacional”. (Beck, 2000: 104)

El cuestionamiento principal a derivado de la no co-presencia para la relación política del presente siglo, en el cambio de las formas de participación política, en donde la reunión en asambleas y los parlamentos, ya no se presenta indispensable para el manejo de la cosa pública (aunque todavía hoy persiste en los cambios globales y locales que se presentan). “Más bien, se trata de una propiedad pública de apertura y visibilidad, de hacer asequible y también visible, teniendo en cuenta que esta visibilidad ya no implica el hecho de compartir un

²³ Véase para un estudio más acucioso sobre Ulrich Beck y su propuesta los siguientes textos: *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*, Paidós, Barcelona, 1998. *la democracia y sus enemigos*, Paidós, Barcelona, 2000. *Vivir nuestra propia vida en un mundo desbocado: individuacion, globalización y política*, en Giddens A. y Hutton W. (eds). en, *El límite. La vida en el capitalismo global*, Criterios Tusquest Editores, Barcelona, 2001. *la sociedad del riesgo global*, Siglo Veintiuno de España Editores, Madrid, 2002.

espacio común". (Thompson, 1998: 304) En pocas palabras el Estado nación y sus límites se encuentran fuertemente atacados por la transnacionalización de la industria mediática, y es difícil pensar, hoy por hoy, en Estados no interconectados con todo y los problemas económicos que puedan existir dentro de sus fronteras. Estar fuera de la sociedad mediática y del desarrollo de la ciencia y la tecnología de punta, implica atraso y pobreza en el mundo actual.

8.3 La sociedad del riesgo en una democracia cosmopolita.

Pasemos a considerar algunos planteamientos del libro de Ulrich Beck *la sociedad del riesgo global* (Beck, 2002). En donde bien podemos decir, entorno a la sociedad del riesgo, que es aquella en donde las relaciones interconectadas en la sociedad son ahora flexibles e inestables, por las consecuencias no esperadas, producidas por las nuevas tecnologías tanto de la información como las tecnológicas para el avance de todas las ciencias y modos de vida en occidente. Esa inestabilidad, e inseguridad le comporta al individuo, vivir en un estado de permanente cambio por parte de los proyectos de vida de los distintos, ahora inseguros, de sus posiciones alcanzadas, pero de carente estabilidad. Es decir, no sabemos con certeza que depara el futuro en la democracia a raíz de los cambios estructurales e institucionales por los que las democracias tienden a transformarse en cosmopolitas.

En este argumento, Thompson y Beck coinciden teóricamente. Ello, no significa, que los autores mencionados, nieguen los aspectos positivos de los avances de la ciencia y la tecnología en la era global, la movilidad social, y los cambios paradigmáticos del ideario cognitivo del hombre de hoy.

Asimismo para el sociólogo Estadounidense Richard Sennett, materializa su categoría de análisis de los cambios sociales en una “personalidad a la deriva”, va en la misma línea teórica de Ulrich Beck con respecto a la sociedad del riesgo; ella genera según Sennett una personalidad a la deriva en donde, la tradicional carrera cambia (forma de trabajo) su forma estable para convertirse, en un principio en inversión en la educación para luego poder cualificar y acceder a los puestos de trabajo de la economía del conocimiento (hoy más inestable que nunca). Y como bien lo ha señalado Fernando Vallespín: “La pauta hoy es la mudanza y la aparición del hombre flexible, que debe estar siempre dispuesto a ajustarse a circunstancias en continuo movimiento”. (Vallespín, 2000: 68)

El hombre (como profesional o, trabajador técnico especializado u obrero) de hoy, vive en una constante amenaza y riesgo de inseguridad laboral, por las consecuencias no deseadas por el avance de las nuevas tecnologías o, del propio desarrollo económico. Para Susan Strange, estas amenazas, tanto de las nuevas tecnologías como las del desarrollo económico, comportan una “locura”. “Sobre todo, porque opera como un casino en el que se juega el futuro del mercado internacional”. (Strange, 1998: 60)

La sociedad del riesgo como tal debe enmarcarse en lo que para Giddens, Beck Thompson, Vallespín es: que en la sociedad actual y en el mundo contemporáneo; vivimos en una etapa de transición: "En la que comienza a disolverse los presupuestos convencionales de la modernidad y de la sociedad industrial". (Vallespin, 2000: 69) El Estado Nacional soberano se ve en la mayoría de sus funciones desplazado, y la sociedad misma se hace en ella misma más política. Puesto que, sus formas participativas se generan en parte, en los medios de comunicación e información, canalizando de esa forma la opinión pública política para el cumplimiento de las demandas y promesas hacia los políticos y sus proyectos de gestión.

La democracia, debe por tanto reinventarse en sus espacios públicos políticos de la sociedad del riesgo, para poder auto-organizarse en los espacios públicos, y ello implica normalizarse, sancionarse y limitarse. Implica, volver a redescubrir la política y cómo ella puede volver a institucionalizar la democracia política, fundamentada en los partidos políticos como formas de gobierno para dirimir el conflicto en la sociedad desbordada (Appadurai, 2001) y en la globalización desbocada (Giddens, 2000) Por cierto, "en una época en que los conglomerados de comunicación global son los actores clave de la producción y distribución de bienes simbólicos, una reflexión sobre las condiciones de la libertad de expresión no puede restringirse a la estructura territorial del Estado-Nación". (Thompson, 1998: 309)

Nos resulta paradójico, que en el mundo contemporáneo, la mayoría de los países del mundo son democráticos o pretenden serlo, pero corren a su vez una suerte de desmovilización de los ciudadanos hacia los profesionales de la política, más no, a la política en sí. Son éstos los riesgos de la actual sociedad democrática. Incluso, el problema radica, en que ya, las instituciones políticas, como los partidos políticos y los sindicatos, no son ya, la base adaptativa de las otrora esperanzas depositadas de sus afiliados. Las instituciones se convierten así, como lo ha observado Beck, en "jinetes sin caballo". Y es precisamente en este asunto en donde entran en juego e importancia los medios de comunicación o mass-media, para captar el descontento y movilizarlo a intereses que son más privados que públicos.

En todo caso, Beck agrega su tesis del partido cosmopolita de tipo nacional transnacional (como lo hemos indicado líneas arriba) para mejorar las condiciones de las estructuras institucionales en un nuevo manifiesto cosmopolita de carácter global, prestando atención en los asuntos locales. Puede decirse, que es una nueva forma explicativa, la cual aboga por involucrar las instituciones internacionales en los asuntos locales y nacionales a la vez. Pero ello involucra, como se ha dicho, a las instituciones locales y nacionales en los asuntos transnacionales de interés global para todos. Un ejemplo, de ello lo podemos observar en los actuales debates sobre, medio ambiente, pobreza, narcotráfico, el

SIDA, la enfermedad de las vacas locas, el terrorismo, entre otros temas de conflicto social glocal-global.

8.4 Las nuevas imágenes del mundo.

Indudablemente, los medios de comunicación masiva (mass-media) (prensa, radio, televisión, cine, Internet) están transformado las formas de mirar y pensar el mundo político-cultural y por su puesto la economía. Al reconocerles éste rol, a los mass-media, vemos por ejemplo, películas producidas en un 90% en Norteamérica, especialmente, en Hollywood; las telenovelas, son en su gran mayoría producidas en México, Brasil, Colombia y Venezuela; éstas a su vez, transmitidas en todos los canales públicos latinoamericanos, europeos y del Medio Oriente. Y en escaso margen transmitidas en ciertos canales en Norteamérica más hacia zonas de California, Florida, y la Costa Este.

Pero si bien, podríamos ver, que también la televisión por cable (privada) ha permitido el acceso por control remoto (por de decirlo de alguna manera, un tanto automática) a distintas latitudes y culturas del planeta con tan sólo hundir un botón...

Ahora cuando viajamos al extranjero (placer para pocos, o para los empresarios e intelectuales cosmopolitas, como también para aquellos

inmigrantes) podemos acceder al noticiero de nuestro país de origen y enterarnos lejos de casa de los distintos sucesos e informaciones, el mismo día y al instante. Además, el acceso a la televisión por cable se está haciendo más accesible para los distintos estratos socioeconómicos. Son pocas las personas en el mundo occidental que no hallan visto en su vida aunque sea una sola vez, algún programa transmitido en vivo y directo.

Sin embargo, la Internet, está en los países en vías de desarrollo, en etapa embrionaria, pero, ya comenzamos a ver un cambio con relación al mercado virtual. “Ahora bien, las condiciones en las que se está produciendo la difusión de Internet en la mayoría de los países están provocando una profunda divisoria digital. Los centros urbanos más importantes, las actividades globalizadas y los grupos sociales de mayor nivel educativo están entrando en las redes globales basadas en Internet, mientras que la mayor parte de las regiones y de las personas siguen desconectadas”, (Castells, 2001: 290-291)

Por ejemplo, para los académicos, ya no son necesarios aquellos viajes para enterarse de los nuevos planteamientos teóricos de las distintas Universidades, (Departamentos de Investigación o Institutos), europeas, norteamericanas o, latinoamericanas. Ahora, simplemente se accede a un buscador en la Red, escoges la página Web-side de preferencia y seleccionan los libros, o revistas para comprarlos. O leen los artículos (distintos planteamientos teóricos metodológicos de un área especial del conocimiento) Entra en relación

aquí, la economía intangible y del conocimiento como factor determinante. Es decir, la economía @ de Red.

En el presente y futuro cercano, ya hablar de eurocentrismo, norteamericanismo o latinoamericanismo (desde el punto de vista occidental) es retrogrado. “De este modo, conceptos como eurocentrista, o al revés, provincialista, pierden su carácter acusatorio. Uno puede ser parroquialmente provinciano, y al mismo tiempo compartir bienes de una cultura cosmopolita, sin que eso signifique necesariamente una contradicción”. (Mires, 2001: 45) Ahora con ésta nueva imagen cultural-virtual y comunicativa, las ideas viajan de un lugar a otro. Primero, sin la supervisión del Estado, y segundo, sin la necesidad de que los hombres se trasladen al lugar en donde se ha producido esa, o esas ideas.

Es cierto, que en el pasado, las ideas iban y venían, pero no con la rapidez actual. Esa rapidez, comienza a romper esa brecha entre países desarrollados y subdesarrollados, en el aspecto académico y la transmisión de los conocimientos técnicos. Pero sigue siendo cierto que, las economías menos favorecidas tengan muchos problemas internos y aumente las desigualdades sociales entre ricos y pobres. Lo que si hay que destacar, es que las ideas y planteamientos científicos, ya no son exclusividad única de los países desarrollados.

Eso, claro está, no significa superación de las desigualdades sociales. Aquí, sólo estamos haciendo referencia, a un grupo reducido en número, de hombres y

mujeres (empresarios, intelectuales y técnicos especializados) en el mundo. "Desde un punto de vista menos formal debo decir que, a mi juicio, no hay ideas eurocentricas, ni americanocentricas ni nipocentricas. Hay ideas malas e ideas buenas; o, si se prefiere, hay ideas útiles e inútiles. Por cierto, hay eurocentrismo en muchas actitudes intelectuales imitativas (Masilla, 1997: 32), pero ello no tiene que ver con el mantenimiento o la difusión de tal o cual idea. Porque, pongámonos de acuerdo: ¿qué es en definitiva el eurocentrismo?". (Mires, 2001: 45)

Volviendo al planteamiento base, el Vídeo poder, está socavando la función política tradicional, es ahí, en donde se da la importancia para la discusión política de cambio de los mass-media que se convierte en factor determinante para la participación ciudadana y la cultura política.

Los políticos están aprovechando y sacando ventaja del video poder, como forma de venta de un producto en el mercado de los teleespectadores, en contra de sus oponentes políticos. Pero además, y de esa manera, está naciendo un nuevo tipo de liderazgo no proveniente de los partidos políticos tradicionales, ni mucho menos políticos de carrera política. Una suerte de líderes políticos anti-partido, outsiders (alejados de la forma partido de hacer la política y lo político) que por medio de su personalidad carismática (Weber) comienzan a tener relevancia política dentro del debate social, por la misma culpa de las promesas incumplidas por los partidos políticos tradicionales. Fenómeno presente en todas

las democracias en la actualidad. Y es un problema, éste último, mucho más acentuado en las débiles democracias latinoamericanas.

No pensamos profundizar mucho en éste apartado sobre el fenómeno outsiders. Digamos simplemente que el show teledirigido y de cierta manera, las nuevas tecnologías, también socavan la función política, tanto de los partidos políticos como instituciones reguladoras de los conflictos sociales, como de los profesionales de la política y sus funciones públicas.

La nueva imagen del mundo, toca a las mujeres, la familia y el trabajo. La mujer ya no es en ciertos sentidos (en occidente, por su puesto) aquella que trabaja en el hogar, para su marido e hijos. Ahora la mujer es profesional o trabajadora, en algún sentido mucho más preparada para labores fuera de la casa que en el pasado, en donde era mucho más discriminada que en el presente global.

Ahora compite con el sexo masculino, “en igualdad de condiciones” (por su puesto que todavía existe cierta resistencia por parte del género masculino, para aceptar a la mujer en la calle) pero en nuestros días, a diferencia de épocas pasadas, “nunca ha habido una sociedad, al menos entre las registradas en la historia, en la cual las mujeres hayan sido ni siquiera aproximadamente iguales a los hombres. Ésta es una revolución verdaderamente global en la vida diaria,

cuyas consecuencias se están sintiendo en todo el mundo, en ámbitos que van desde el trabajo a la política". (Beck, 2000: 16)

Asimismo, dentro del ámbito familiar, también se está produciendo un acelerado cambio. Al mismo tiempo, hombres y mujeres trabajando; féminas en el trabajo, padres en casa al cuidado de los niños; madres solteras trabajando criando solas a sus hijos; o, padres solteros trabajando, y a su vez criando a sus chicos, con las mismas ocupaciones y responsabilidades. Nuevos matrimonios en segundas nupcias, que le plantean al mundo cognitivo del niño, que las relaciones afectivas también son probables con personas de distinta sangre. Más abuelos, tíos, primos, una suerte de interconexión entre distintas familias, que con el paso del tiempo, en muchos casos se vuelven familias como si fueran de sangre. Además, padres o madres inmigrantes que deben dejar a sus hijos al cuidado de sus familiares en busca de mejores seguridades, sueldos y bienestar social, para poder, mantener a sus hijos y padres en sus países de origen. Nuevas parejas concubinas, tanto heterosexuales como homosexuales, que desean tener hijos, o, adoptarlos... Son nuevos patrones de vida valorativos y afectivos a los cuales los gobiernos y las legislaciones en especial deben adaptarse para dirimir los conflictos que de estas nuevas formas de vida se presente en la sociedad.

En el trabajo, la relación obrero patrón está más controlada por las legislaciones, a diferencia como era en tiempos atrás. Ahora existe más competencia entre géneros. De aquí que, las legislaciones se estén y deban

adaptarse (no en todos los pasos, claro está) para poder establecer patrones de conducta entre los trabajadores, respetos, deberes y derechos, para poder normar las relaciones entre los sexos, y además, evitar el abuso de poder por parte de los patronos, o contratantes. "El capitalismo global influye en todo lo que toca, y toca prácticamente todo, incluidas las cadenas mundiales de afecto y de asistencia, una serie de vínculos personales entre gente de todo el mundo, basadas en una labor remunerada o no remunerada de asistencia". (Russell, 2001: 188)

En fin, también la vida se difumina en una suerte de riesgo. "Se ha roto el pacto social que posibilitaba al Estado el papel regulador y, sobre todo, compensador de los desequilibrios provocados por el crecimiento económico. Ahora, la economía especulativa se ha podido librar del Estado y su capacidad destructiva en términos humanos y ecológicos no parece tener fin. Los nuevos riesgos y conflictos desbordan la reducida capacidad estatal, hasta tal punto que los percibimos como si tuvieran vida propia y una trayectoria fatalmente trazada a priori por algún poder inaccesible". (Curbet, 2003)

BIBLIOGRAFÍA.

- ANTÓN MELLÓN, Joan, (editor.). (1998): *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos*, capítulo 17 de MAIZ, Ramón y LOIS, Marta. *Postmodernismo: La libertad de los postmodernos*, Madrid, Tecnos.
- APPADURAI, Arjun. (2001): *La modernidad Desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*, Argentina, F.C.E
- ALBARRÁN DE ALBA, Gerardo. (2001): *Propaganda, desinformación, censura... La guerra mediática*, <http://www.saladeprensa.org/art283.htm>
- BAUMAN, Zygmunt. (2003): *Modernidad líquida*, Argentina, F.C.E.
- (2000): *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, Barcelona, Gedisa Editorial.
- (1999): *En busca de la política*, Argentina, F.C.E.
- (1990): *Pensando sociológicamente*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.
- BECK, Ulrich/Elisabeth Beck – Gernsheim. (2003): *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*, Barcelona, Paidós.
- BECK, Ulrich. (2002 b): *Libertad o capitalismo. Conversaciones con Johannes Willms*, Barcelona, Paidós.

- . (2002a): *la sociedad del riesgo global*, España, Siglo Veintiuno Editores.
- . (2000): *La democracia y sus enemigos*, Barcelona, Paidós.
- . (2000): "La Europa del trabajo cívico", Claves de Razón práctica, Madrid, Núm. 106, p 4-14.
- . (1999): *La invención de lo político*, Argentina, F.C.E.
- . (1998^a): *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*, Barcelona, Paidós.
- . (1998b): *¿Qué es la globalización?. Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*, Barcelona, Paidós.
- . (1997): *La reinvenCIÓN de la política: Hacia una teoría de la modernización reflexiva*. En *Modemización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*, Madrid, Alianza Universidad.
- BOBBIO, Norberto. (1992): *Thomas Hobbes*, México, F.C.E
- BOURDIEU, Pierre. (2001): *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.
- . (1999): *La televisión, el periodismo y la política. Cínicos manipuladores divierten a cualquier precio*, El Nacional, C-H/4, 30-05.

- BISBAL, Marcelino. (2000): *Otros lugares para pensar la política. O consecuencias en la política de la mediación comunicativa*, Humanitas. Portal temático en humanidades, Nº 12 C, Caracas.
- BRÜNNER, José Joaquín. (1999): *Globalización cultural y postmodemidad*, Chile, F.C.E.
- CASTELLS, Manuel. (2001): *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*, Madrid, Plaza & Janes.
- (1998): *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Volumen III: Fin de milenio. Madrid, Alianza.
- CASTORIADIS, Cornelius. (2001): *Figuras de lo pensable*, Argentina, F.C.E.
- CURBET, Jaume. (2003): *La producción de inseguridad en la sociedad global*,
<http://www.iigov.org/seguridad>
- (2003): *Una seguridad ilusoria*. Institut de Ciències Polítiques i Socials de Barcelona.
- CONTRERAS, José Miguel. (1990): *Vida política y televisión*, Madrid, Editorial Espasa-Calpe, S.A.
- COMBELLAS, Ricardo. (1985): *Comunicación política*, Caracas, Conciencia 21.
- CRICK, Bernard. (2001): *En defensa de la política*, Barcelona, Kriterios TusQuets Editores.

- CHOMSKY, N. (2001): *Estados canallas. El imperio de la fuerza en los asuntos mundiales*. Barcelona, Paidós.
- DOGAN, Mattei. (2001): *La ciencia política y las otras ciencias sociales*. En Goodin, Robert y Klingemann Hans-Dieter (eds.) "Nuevo Manual de Ciencia Política", Tomo I, España, ISTMO.
- DURANDIN, Guy. (1995): *La información, la desinformación y la realidad*, Barcelona, ediciones Paidós.
- DE VENANZI, Augusto. (2002): *Globalización y corporación. El orden social en el siglo XXI*, Barcelona, Anthropos.
- GARCIA CANCLINI, Néstor. (2000): *la globalización imaginada*, Argentina, Paidós.
- (1989): *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo Editorial.
- (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo Editorial.
- GIDDENS, Anthony y HUTTON, Will (eds.) (2001): *En el límite. La vida en el capitalismo global*, Barcelona, Kriterios TusQuest Editores.
- GIDDENS A., BAUMAN Z., LUHMANN N., BECK U. (1996): *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona, Anthropos.
- GIDDENS, Anthony. (2000^a): *En defensa de la sociología*, Madrid, Alianza Editorial.

- (2000b): *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*, Madrid, Taurus.
- (2001): *Lecciones globales*, NEXOS, Nº 287, año 23, México.
- (1999): *La tercera vía. La renovación de la socialdemocracia*, Madrid, Taurus.
- (1992): *Sociología*, Madrid, Alianza Editorial.
- HELD, David. (2000): *¿Hay que regular la globalización?. La reinvención de la política, Claves de Razón práctica*, Madrid, número 99, enero/febrero.
- HABERMAS, J. (1999): *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, GG MassMedia.
- HUNTINGTON, S. (2001): *El choque de civilizaciones*. Barcelona, Paidós.
- JAMESON, Fredric, ZIZEK, Slavoj. (1998): *Estudios culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*, Argentina, Paidós.
- MAQUIAVELO, Nicolás. (1992): *El Príncipe*, Traducción y notas de Lelio Fernández, Colombia, Grupo Editorial Norma.
- MANIN, Bernard. (1998): *Los principios del gobierno representativo*, Madrid, Alianza Editorial.

- MIRES, Fernando. (2001): *Civildad. Teoría política de la postmodernidad*, Madrid, Editorial Trotta.
- (1998): *El malestar en la barbarie. Erotismo y cultura en la formación de la sociedad política*, Caracas, Nueva Sociedad.
- (1996): *La revolución que nadie soñó o la otra postmodernidad: La revolución microelectrónica; La revolución feminista; la revolución ecológica; La revolución paradigmática*, Caracas, Editorial Nueva Sociedad.
- McLUHAN, Marshall. (1993): *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, México, Editorial Diana.
- (1969): *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*, Buenos Aires, Editorial Paidós.
- MONSIVÁIS, Carlos. (2000): *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina*, Barcelona, Editorial Anagrama.
- LANZ, Rigoberto (coord.). (1994): *El malestar de la política*, Mérida-Venezuela, Universidad de Los Andes, Consejo de Publicaciones.
- LIPOVETSKY, Gilles. (1994): *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, ANAGRAMA.
- LOZANO, Rendón. (1996): *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, México, Alambra-mexicana.

OBACH, Xavier. (1997): *El tratamiento de la información y otras fábulas*, Madrid, Grupo Amaya, S.A.

POLI, J Antonio. (1999): *Comunicación e información. Perspectivas teóricas*, México, Editorial Trillas.

PEÑA C, Jesús. (2001): *Sociedad de la información y democracia. El impacto de las nuevas tecnologías en el orden político*, Revista Venezolana de Ciencia Política, Nº 20, julio-diciembre, Universidad de los Andes, Mérida-Venezuela, Postgrado de Ciencia Política.

PASQUALI, Antonio. (1963): *Comunicación y cultura de masas*, Caracas, Ediciones de la Universidad Central de Venezuela.

PASQUINO, Gianfranco. (2000): *La democracia exigente*. Madrid, Alianza Editorial.

PRIESS, Frank. (2002): *Comunicación política en tiempos de crisis*, Contribuciones, núm. 2(74) abril/junio, Argentina, pp. 31-53.

POPPER, Karl, CONDRY, John. (1998): *La televisión es mala maestra*, México, F.C.E.

QUEVEDO, Luis Alberto. (1992): *La política bajo el formato televisivo*. En: VV.AA.

RAMOS Jiménez, Alfredo. (1999): *Comprender el Estado. Introducción a la politología*, Mérida, Segunda Edición, Universidad de Los Andes, Centro de Investigaciones de Política Comparada.

- (2002): *Los límites del liderazgo plebiscitario. El fenómeno Chávez en perspectiva comparada*, en Alfredo Ramos Jiménez (ed.), *La transición venezolana*, Centro de Investigaciones de Política Comparada de la Universidad de Los Andes, Mérida-Venezuela.
- ROUSSEAU, Jean-Jacques. (1982): "El contrato social", Prólogo y cronología de Mauro Armiño, Madrid, Edaf.
- SARTORI, Giovanni. (1992): *Elementos de la teoría política*, Madrid, Alianza Universidad Textos.
- (2002): *La opinión teledirigida*,
<http://explorer.msn.es/intl.asp.es>
- (2000): *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.
- SUNKEL, Guillermo. (coord.). (1999): *El consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Convenio Andrés Bello.
- TOURAIN, Alain. (1998): *¿Podremos vivir juntos? La discusión pendiente: El destino del hombre en la aldea global*, Argentina, F.C.E.
- TORO HARDY, Alfredo. (1991): *El desafío venezolano. Como influir las decisiones políticas estadounidenses*, Caracas, Editorial Panapo.
- THOMPSON, John B. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los Medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.

VALLESPÍN, Fernando. (2000): *El futuro de la política*, Madrid, Taurus.

VON BEYME, Klaus. (1994): *Teoría política del siglo XX. De la modernidad a la postmodernidad*, Madrid, Alianza Universidad.

----- (2001): *Teoría política teoría: teoría política empírica*. En Goodin, Robert y Klingemann hans-Dieter (eds.) "Nuevo manual de Ciencia Política" Tomo II, España, ISTMO.

YOUNG, J. (2003): *La sociedad “excluyente”. Exclusión social, delito y diferencia en la Modernidad tardía*. Madrid, Marcial Pons.

WALZER, M. (2001): *Guerras justas e injustas*. Barcelona, Paidós.

WEBER, Max. (1992): *Economía y sociedad*, México, F.C.E.

ZOLO, Danilo. (2000): *Cosmópolis. Perspectiva y riesgo de un gobierno mundial*, Barcelona, Paidós.

ANEXOS.

EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En este escenario, la televisión, y los medios de comunicación pierden confianza depositada en ellos mostrando que no son inmunes al proceso de la sociedad en su conjunto. La ciudadanía le entrega un rol a los medios, a la televisión y no siente que ese rol esté siendo cumplido.

Latinobarómetro mide desde 2003 su desempeño en múltiples aspectos de su rol de perro guardián de la libertad de expresión. El nivel de atención de cada medio, la confianza relativa de todos comparada, donde sorprendentemente aparecen los amigos y familiares, 12%, como más confiables que los diarios con 8%. Ambos niveles de confianza muy bajos denotando la crisis de confianza que se produce respecto de las noticias sobre política. Básicamente la gente no cree. Por otra parte, también indica la importancia de las redes de confianza en la comunicación política, entregándole peso informativo a los amigos y familiares.

El que el 51% diga que la televisión sea la fuente de información en la que **más** confía, no significa sino que está en primer lugar frente a los diarios y las radios. Es una medida relativa. Esto no es lo mismo que preguntar **cuanto** confía en la televisión que alcanza 36% y ha bajado 14 puntos desde 1996 en que alcanzaba 50% de confianza.

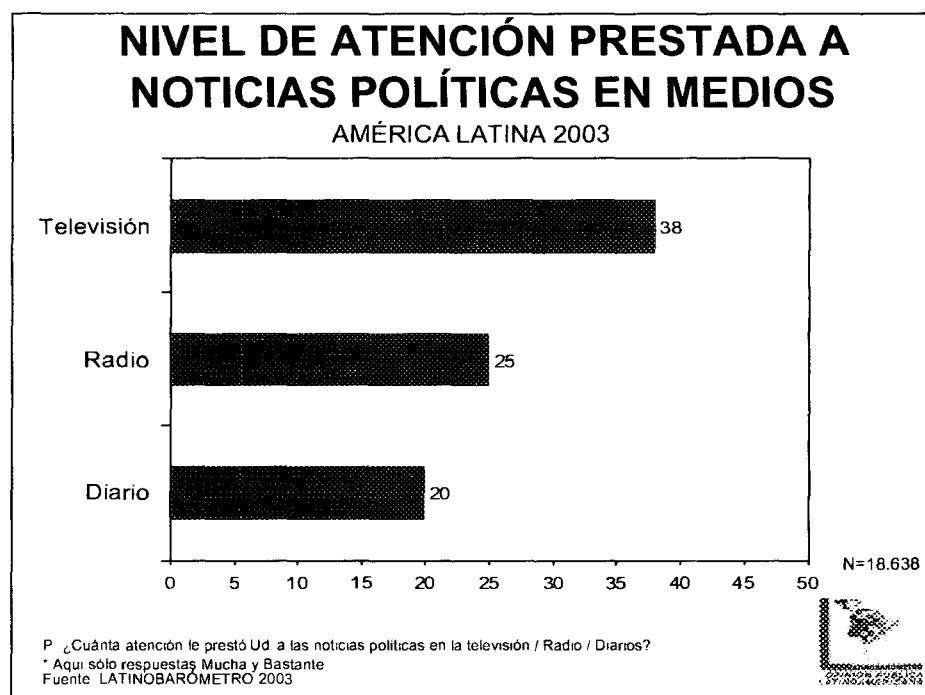
La televisión permanece como la principal fuente de información, aunque disminuye. En el análisis comparado con otras tres regiones del mundo, la televisión juega un papel más preponderante en América Latina, porque no tiene un sustituto, como en Europa donde el medio favorito y principal es el diario, o en África donde el medio principal y favorito es la radio (Fuente: Afrobarómetro y Estudio Pew). En América Latina, la televisión tiene casi el

LATINOBARÓMETRO 2003

monopolio de la información política a la población y la manera como lo ha estado haciendo, la población no está satisfecha porque hoy confía menos que antes.

El rol de la televisión en el proceso de consolidación de la democracia es de la mayor importancia al que no se le ha prestado atención. Tampoco se le ha prestado atención a la observación y evolución de la confianza que se requiere en una sociedad en los medios de comunicación y en especial en su medio preponderante como es el caso de la televisión en América Latina.

A la luz de éstos datos los estudios de democracia y su consolidación así como los análisis sobre la gobernabilidad en la región deberían considerar en todo momento el papel que juega la televisión y la manera como esta se correlaciona con la credibilidad del sistema en general.



APOYO Y SATISFACCIÓN CON LA DEMOCRACIA DATOS DEL EUROBARÓMETRO Y GLOBAL BARÓMETROS

	APOYO	SATISFACCIÓN	DIF.
UNIÓN EUROPEA*	78%	53%	-25
AFROBARÓMETRO*	69%	58%	-11
BARÓMETRO ASIÁTICO	61%	55%	-6
INDIA*	60%	40%	-20
EUROPA DEL ESTE*	53%	29%	-24
LATINOBARÓMETRO*	56%	32%	-24

* EUROBARÓMETRO: Países miembros de la Unión Europea

AFROBARÓMETRO: 12 PAÍSES, 1999 - 2001

Botsuana, Gana, Lesoto, Malawi, Mali, Nigeria, Sudáfrica, Tanzania, Uganda, Zambia, Zimbabwe, INDIA, CSDS, 1998

BARÓMETRO ASIÁTICO: 4 PAÍSES 1999-2001

Filipinas, Corea, Taiwán, Tailandia

NEW DEMOCRACIES BAROMETR: 9 PAÍSES, 2000

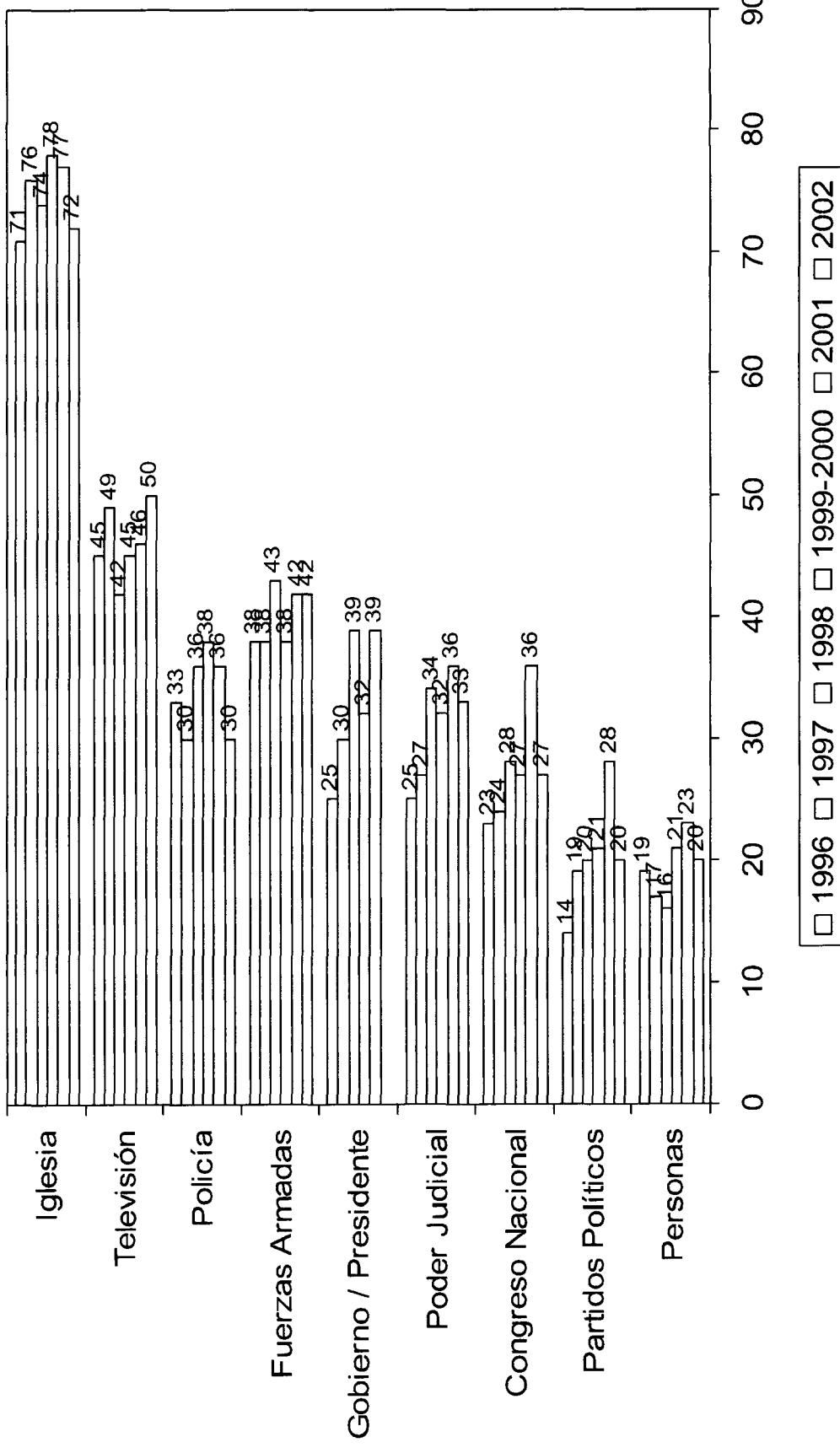
Bulgaria república Checa, Eslovaquia, Hungría, Polonia, Rumania, Eslovenia, Bielorrusia, Ucrania.

LATINOBARÓMETRO: 17 PAÍSES

Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela

CONFIANZA EN INSTITUCIONES

TOTAL AMÉRICA LATINA



P. Por favor mire esta tarjeta y digame, para cada uno de los grupos, instituciones o personas mencionadas en la lista, ¿Cuánta confianza tiene Ud. en ellas: mucha, algo, poca, ninguna confianza en....?
Aquí sólo la suma de las alternativas "Mucho" y "Algo"

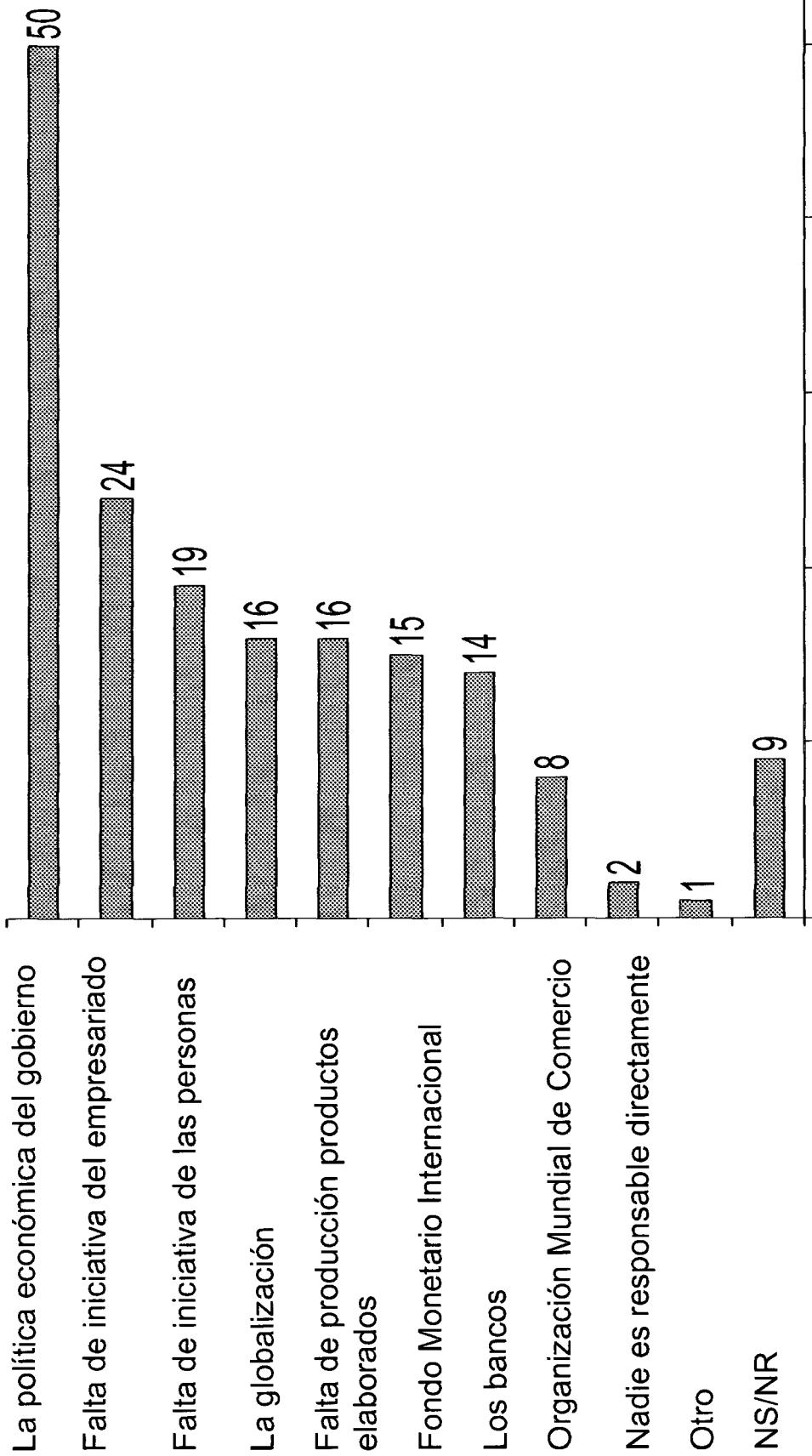
N=18.717 N=17.767 N=17.907 N=18.125 N=18.135 N=18.522

Fuente: LATINOPOMETRO 1996 - 2002



QUIÉNES SON RESPONSABLES DE LOS PROBLEMAS ECONÓMICOS

LATINOBARÓMETRO 2002

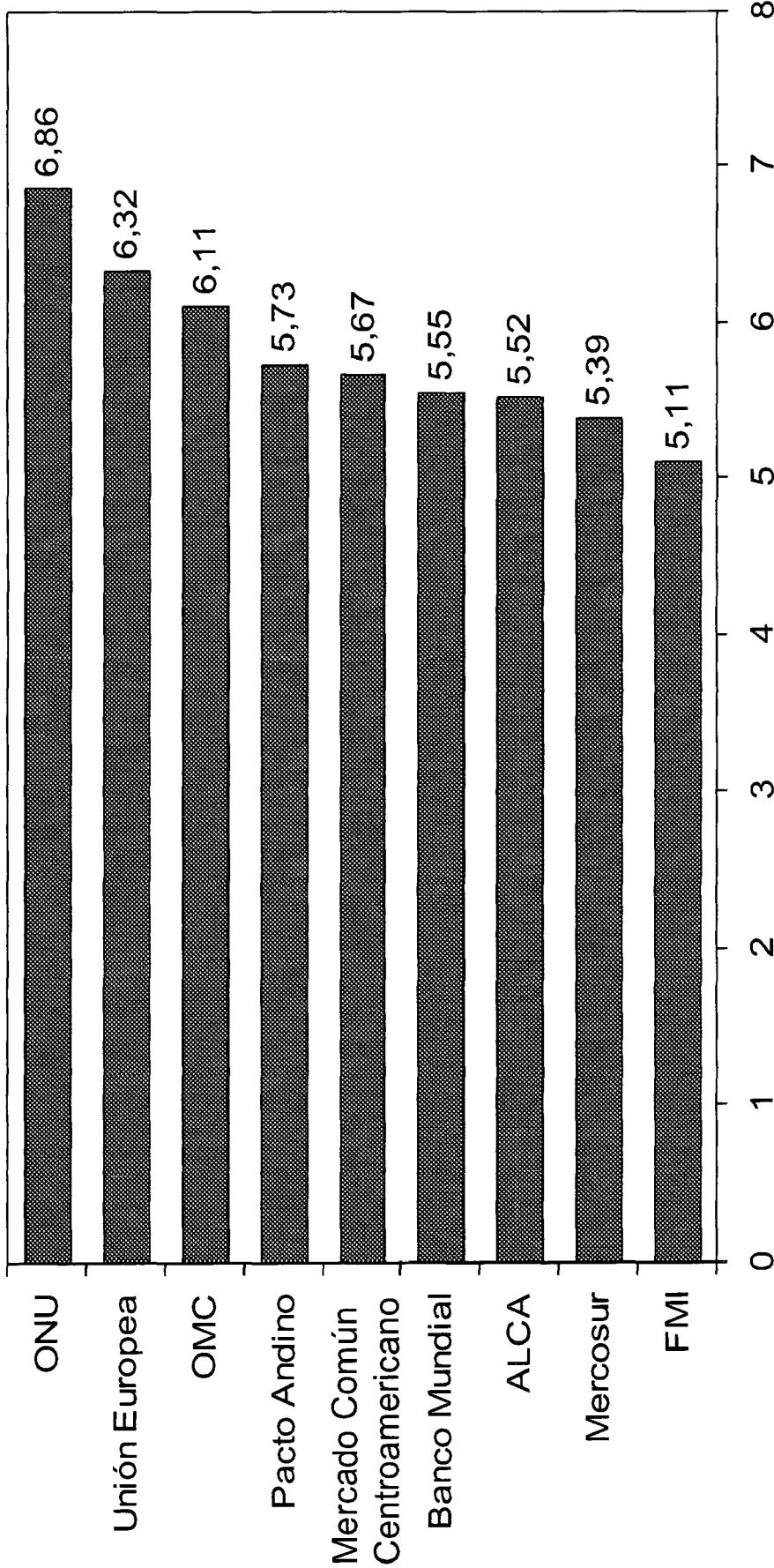


P. Frente a los problemas económicos de (país), de la siguiente lista de instituciones y actores que le voy a mencionar ¿Quienes cree Ud. que son los responsables?

N = 18.522
Fuente: Latinobarómetro 2002

EVALUACIÓN DE LAS INSTITUCIONES

AMÉRICA LATINA



P. De la lista de instituciones que están en la tarjeta, por favor evalúelas en términos generales, poniéndoles nota de 0 a 10, siendo 0 "muy malo" y 10 "muy bueno" o digame si no ha escuchado lo suficiente como para opinar

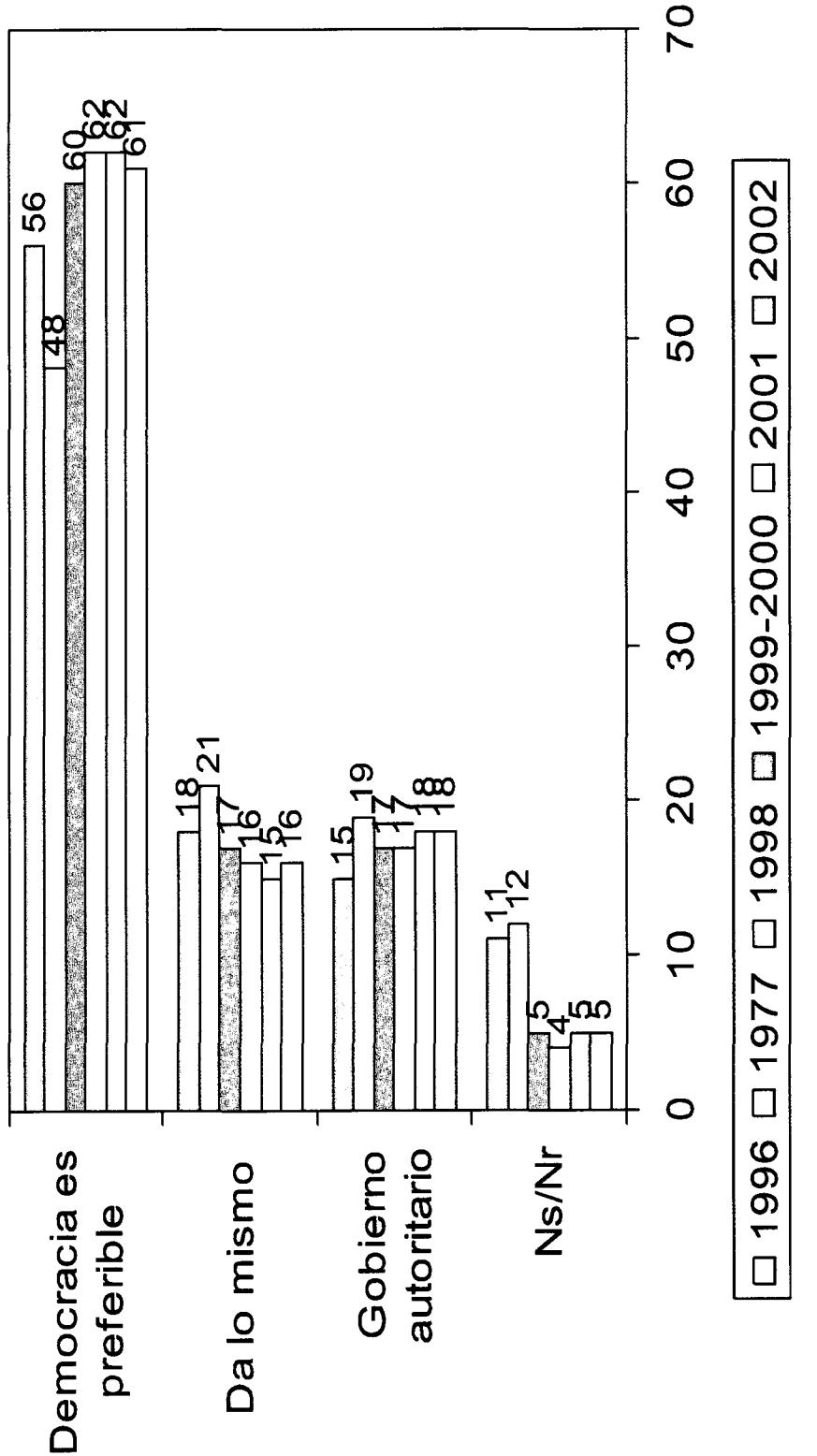
N = 18.522

Fuente: LATINOBARÓMETRO 2002

DEMOCRACIA-AUTORITARISMO- INDIFERENCIA

LATINOBARÓMETRO
OPINIÓN PÚBLICA
LA FINCA ESTELENTE

AMÉRICA LATINA

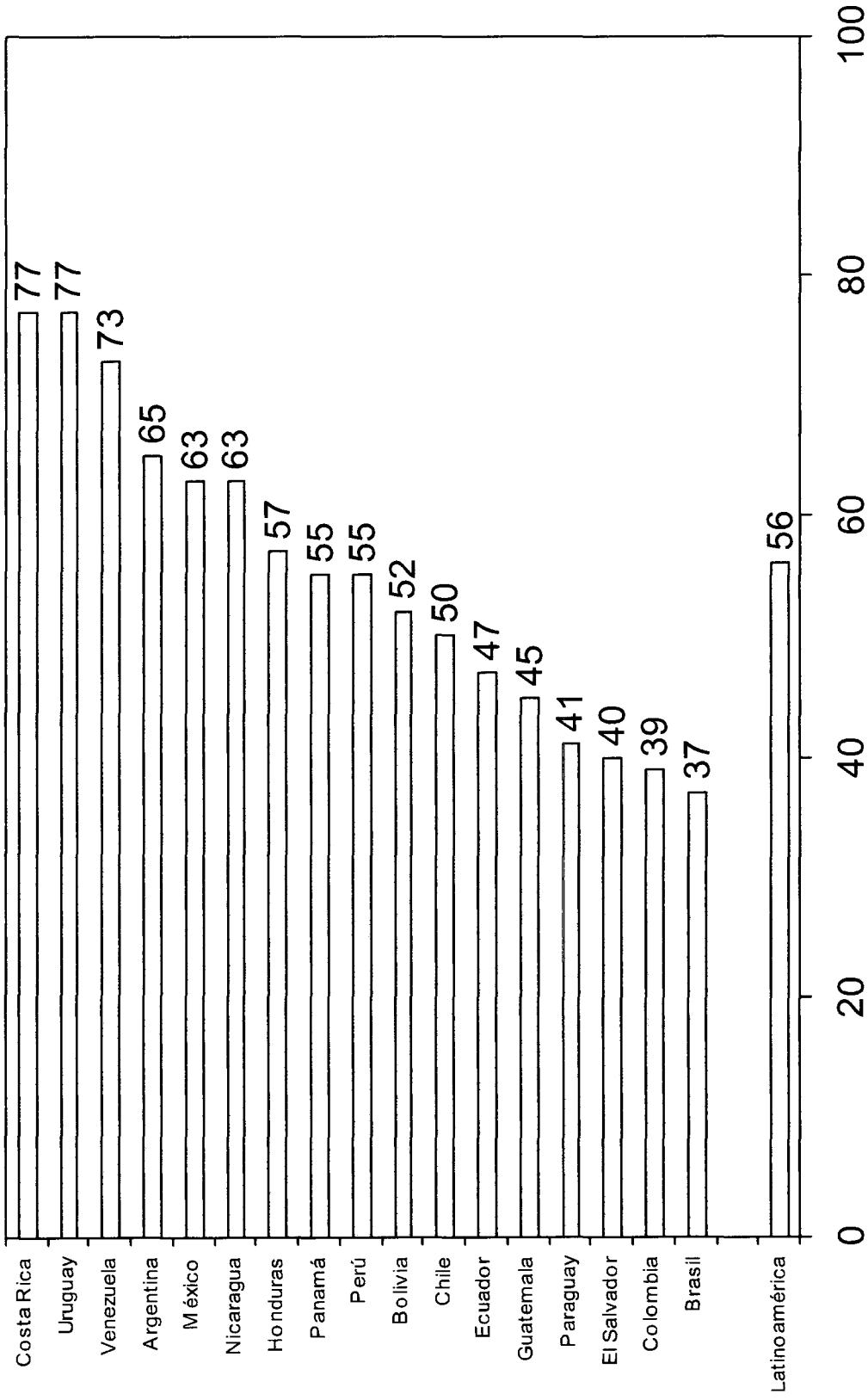


P. ¿Con cuál de las siguientes frases está Ud. más de acuerdo? La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno. En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser preferible a uno democrático. A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático que uno no democrático

Fuente: LATINOBARÓMETRO 1996 - 2002

APOYO A LA DEMOCRACIA

TOTALES POR PAÍS



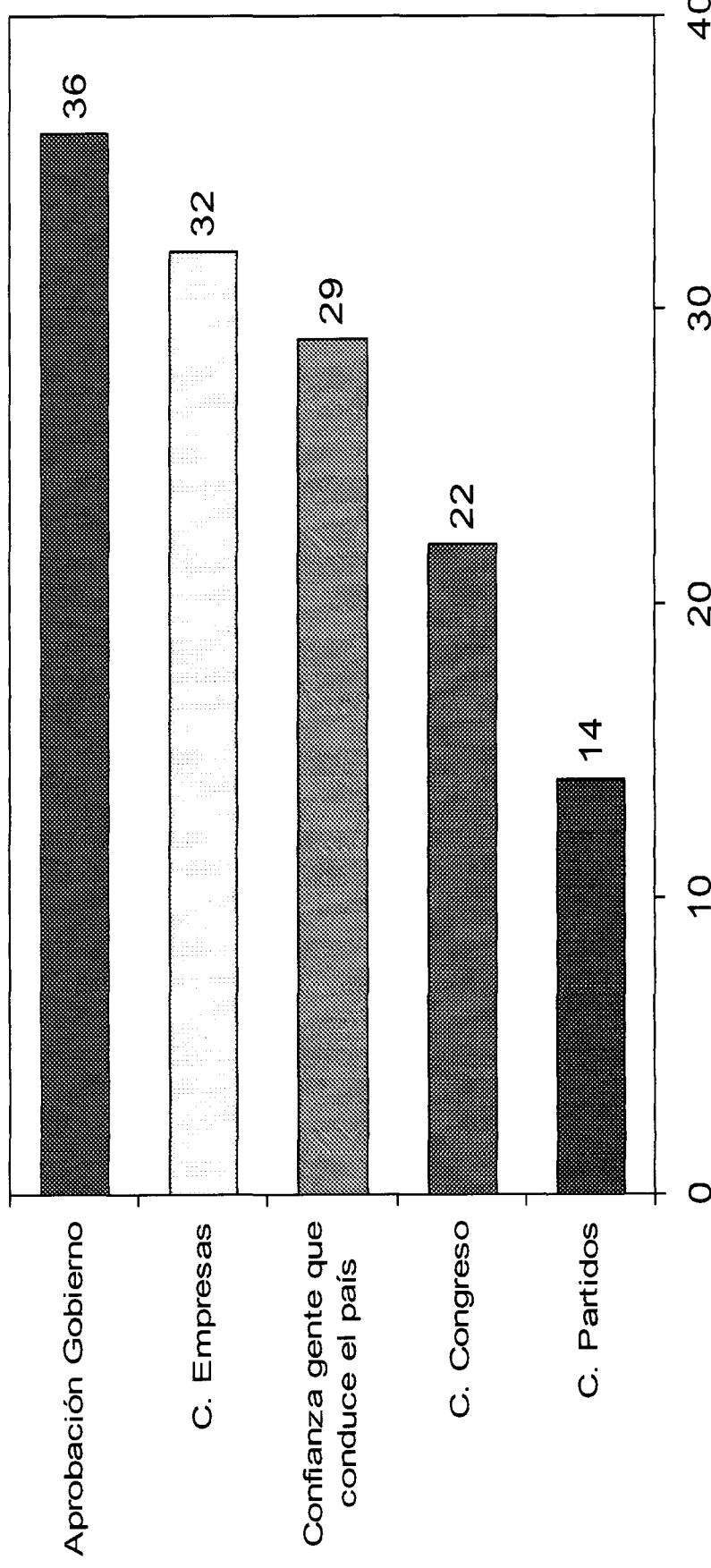
P. ¿Con cuál de las siguientes frases está Ud. más de acuerdo? La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno. En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser preferible a uno democrático. A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático que uno no democrático
Aquí sólo "La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno"

N = 18.522

Fuente: LATINOBARÓMETRO 2002

APROBACIÓN Y CONFIANZA DE ACTORES POLÍTICOS

AMÉRICA LATINA



P. ¿Ud. aprueba o no aprueba la gestión del gobierno que encabeza el (presidente)?

P. Le voy a leer una frase. Por favor digame si Ud. está muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo: "en general se puede confiar en que la gente que conduce el país hará las cosas correctamente". Aquí sólo suma de respuestas "Muy de acuerdo" y "De acuerdo".

P. Por favor mire esta tarjeta y dígame, para cada uno de los grupos, instituciones o personas mencionadas en la lista, ¿Cuánta confianza tiene Ud. en ellas: mucha, algo, poca, ninguna confianza en...? Partidos políticos, Congreso y Empresas.

Aquí sólo la suma de las alternativas "Mucho" y "Algo"

* Datos de España corresponden a medición del año 2001.

Fuente: LATINOBARÓMETRO 2002

N = 18.526

CONCLUSIÓN

Los resultados de diversas preguntas del LATINOBAROMETRO muestran la presencia de debilidades de los sistemas democráticos. Ellos son la baja importancia de los bienes políticos, la alta correlación entre el desempeño económico y el apoyo al sistema democrático, la baja confianza en las instituciones y los personeros que gobiernan, el reconocimiento de que los militares tienen influencia en el acontecer político, junto con la confusión de su función dentro del sistema democrático.

América Latina ha mirado las reformas estructurales y económicas como el objetivo central para conseguir el desarrollo y la estabilidad política, pero al mismo tiempo ha descuidado la atención a la construcción de bienes políticos, que son propios de la democracia, para que los individuos adhieran a ésta por la valoración que tienen de éstos. La consecuencia es que hoy los bienes económicos parecen compitiendo con el sistema democrático en vez de transmitir el mensaje que son complementarios.

Estos resultados muestran la necesidad de buscar un mayor equilibrio entre la obtención de los bienes económicos y de los bienes políticos en una democracia.

FICHA TÉCNICA

País: **Argentina**
 Empresa: MORI Argentina
 Metodología: Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad y sexo en la selección del entrevistado
 Trabajo de campo: 2 de abril al 4 de mayo del 2001
 Muestra: 1200 casos
 Error Muestral: +/-2.6%
 Representatividad: 73.8% de la población total del país

País: **Bolivia**
 Empresa: Equipos Consultores
 Metodología : Muestra probabilística
 Trabajo de campo: 3 de abril al 31 de abril del 2001
 Muestra: 1080 casos
 Error Muestral: +/-2.5% para un nivel de confianza del 95%
 Representatividad : 50% de la población total del país

País: **Brasil**
 Empresa: IBOPE
 Metodología: Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad, sexo y ocupación en la selección del entrevistado
 Trabajo de campo: 6 al 11 de abril del 2001
 Muestra: 1000 casos
 Error Muestral: 3.1% para un nivel de confianza del 95%
 Representatividad: 65.66% de la población total del país

País: **Chile**
 Empresa: MORI Chile
 Metodología : Muestra probabilística
 Trabajo de campo: 1 de abril al 30 de mayo del 2001
 Muestra: 1200 casos
 Error Muestral: 3% para un nivel de confianza del 95%
 Representatividad: 70% del total de la población

País: **Colombia**
 Empresa: Yankelovich Partners International
 Metodología: Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad, sexo, nivel socioeconómico y educación en la selección del entrevistado
 Trabajo de campo: 19 de abril al 14 de mayo del 2001
 Muestra: 1200 casos
 Error Muestral: 2.8% para un nivel de confianza del 95%
 Representatividad: 42.4% del total de la población

País: **Costa Rica**
 Empresa: CID-GALLUP
 Metodología: Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad y sexo en la selección del entrevistado
 Trabajo de campo: 2 de mayo al 17 de mayo del 2001
 Muestra: 1000 casos
 Error Muestral: 3.1%
 Representatividad: 100% del total de la población

País: **Ecuador**
 Empresa: Informe Confidencial
 Metodología : Muestra probabilística
 Trabajo de campo: 21 de abril al 22 de abril del 2001
 Muestra: 1200 casos
 Error Muestral: 5% para un nivel de confianza del 95%
 Representatividad: 96.5% del total de la población

País: **El Salvador**
 Empresa: CID-GALLUP
 Metodología: Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad y sexo en la selección del entrevistado
 Trabajo de campo: 21 de abril al 30 de abril del 2001
 Muestra: 1000 casos
 Error Muestral: 3.1%
 Representatividad: 100% del total de la población

País: **Guatemala**
Empresa: CID-GALLUP
Metodología: Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad y sexo en la selección del entrevistado
Trabajo de campo: 20 de abril al 12 de mayo del 2001
Muestra: 1000 casos
Error Muestral: 3.1%
Representatividad: 100% del total de la población

País: **Honduras**
Empresa: CID-GALLUP
Metodología : Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad y sexo en la selección del entrevistado
Trabajo de campo: 20 de abril al 10 de mayo del 2001
Muestra: 1000 casos
Error Muestral: 3.1%
Representatividad: 100% del total de la población

País: **México**
Empresa: Mundamericas
Metodología : Muestra por cuotas
Trabajo de campo: 25 de abril al 12 de mayo del 2001
Muestra: 1.253 casos
Error Muestral: +/- 2.8% para un nivel de confianza del 95%
Representatividad: 92.1% del total de la población

País: **Nicaragua**
Empresa: CID-GALLUP
Metodología : Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad y sexo en la selección del entrevistado
Trabajo de campo: 20 de abril al 8 de mayo del 2001
Muestra: 1000 casos
Error Muestral: 3.1%
Representatividad: 100% del total de la población

País: **Panamá**
Empresa: CID-GALLUP
Metodología : Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad y sexo en la selección del entrevistado
Trabajo de campo: 21 de abril al 8 de mayo del 2001
Muestra: 1000 casos
Error Muestral: 3.1%
Representatividad: 100% del total de la población

País: **Paraguay**
Empresa: Equipos Consultores
Metodología : Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad y sexo en la selección del entrevistado
Trabajo de campo: 4 de abril al 6 de mayo del 2001
Muestra: 600 casos
Error Muestral: +/- 4 % para un nivel de confianza del 95 %
Representatividad: 30% del total de la población

País: **Perú**
Empresa: Apoyo, Opinión y Mercado
Metodología : Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad y sexo en la selección del entrevistado.
Trabajo de campo: 12 de abril al 24 de abril del 2001
Muestra: 1000 casos
Error Muestral: 3.1% para un nivel de confianza del 95%
Representatividad: 53 % del total de la población

País: **Uruguay**
Empresa: Equipos Consultores
Metodología: Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad y sexo en la selección del entrevistado
Trabajo de campo: 2 de abril al 20 de abril de 2001
Muestra: 1200 casos
Error Muestral: +/- 2.82 % para un nivel de confianza del 95%
Representatividad: 80% del total de la población

País: **Venezuela**
Empresa: DOXA
Metodología : Muestra probabilística en la selección de hogares, y cuotas de edad y sexo en la selección del entrevistado.
Trabajo de campo: 16 de abril al 25 de abril del 2001
Muestra: 1200 casos
Error Muestral: +/- 3% para un nivel de confianza de 95%
Representatividad: 48.87% del total de la población