

Samuel Toledano

El hábitat de la información



Cuadernos Artesanos de Latina



Revista
Latina
de Comunicación Social



En la web:

<http://issuu.com/revistalatinadecomunicacion/docs/samuel>

Nota: en la versión Issuu, la numeración interior aumenta dos dígitos sobre lo señalado en el índice.

Samuel Toledano

El hábitat de la información

Cuadernos Artesanos de Latina



Colección Cuadernos Artesanos de Latina

- 1º - **Territorio, cultura y comunicación en la Unión Europea e Iberoamérica: una propuesta de cooperación interterritorial**
Ramón Zallo | ISBN - 978-84-938428-3-3 / Precio social: 4,50 €
- 2º - **Contenidos audiovisuales y Cibercultura**
Coord. Ana Sedeño Valdellós | ISBN: 978-84-938428-4-0 / Precio social: 5,50 €
- 3º - **Los ‘barrios chinos’, en la prensa tinerfeña de 2007**
Coord. Ciro E. Hernández Rodríguez | ISBN: 978-84-938428-5-7
/ Precio social: 5,50 €
- 4º - **El papel de la prensa tinerfeña en la ‘crisis de las pateras’ de 2006**
Ciro Enrique Hernández Rodríguez | ISBN: 978-84-9384428-7-1 /
Precio social: 5,50 €
- 5º - **CubaMedia: guerra y economía desde la prensa tinerfeña**
Alberto Isaac Ardèvol Abreu | ISBN: 978-84-938428-8-8 /
Precio social: 5,50 €
- 6º - **El hábitat de la información**
Samuel Toledano | ISBN: 978-84-938428-9-5 /
Precio social: 4,50 €

Editora: Concha Mateos (URJC)

Diseño: Juan Manuel Álvarez

Ilustración de portada: fragmento del cuadro *Mujer de Lobos*, de Valeria Bentivogli

Imprime y **distribuye**: F. Drago. Andocopias S.L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal

- La Laguna (Tenerife), 2011 – Creative Commons

(<http://www.revistalatinacs.org/edita.html>)

ISBN: 978-84-9384-428-7-1

D.L.: TF-757-2011

Samuel Toledano

El hábitat de la información



a los que son periodistas

Índice

- Prólogo, 6
1. Globalización, 10
 2. Neoliberalismo, 15
 3. Consenso, 20
 4. Espectáculo, 25
 5. Tecnología, 28
 6. Industria, 33
 7. Consumo, 36
 8. *Establishment*, 41
 9. Ciudadanía, 46
 10. Resistencias, 51
 11. Bibliografía, 58

El hábitat de la información

Prólogo

Hace tiempo que llegaron los tiempos de crisis. La actualidad, sin embargo, parece no ser más que un *déjà vu* de otras crisis anteriores, reafirmando la sensación extendida de que las crisis son consustanciales a los tiempos modernos y que, en realidad, las sociedades actuales viven en un estado de crisis permanente.

La paradoja de los tiempos de crisis es que la incertidumbre que provocan abre la puerta a tiempos de cambio. Se trata de los momentos idóneos donde se nos obliga a pensar, cuestionar, volver a pensar y volver a cuestionar todo lo establecido, dando la vuelta a una concepción conservadora de la realidad, donde lo estático se imponía al movimiento, en una moderna versión de la dialéctica clásica entre Parménides y Heráclito.

El camino que se nos muestra conlleva el complicado reto de retomar una dinámica activa, donde el individuo se movilice para estudiar, aprender y conocer. Y en este proceso no existe elemento más importante como la información, sustento de todo lo que acontece en la sociedad. La información, sin embargo, no es un ente abstracto que surja sin un contexto temporal y espacial que la configure.

Hoy conocemos que la información se nos presenta como aquellos extractos de la realidad que nos llega, generalmente de forma mediada, y que permite al individuo relacionarse en diferentes contextos. Su relevancia es tal que aparece recogida como un derecho fundamental, protegida constitucionalmente como un elemento sin el cual el individuo no puede realizarse como ciudadano. La lógica estriba en que sin información, de indispensable calidad, el individuo no puede construir una opinión formada sobre los asuntos de relevancia pública y, sin esa opinión propia, no puede participar activamente en la construcción de la sociedad, bien sea directamente o mediante sus legítimos representantes públicos.

Pero más que derecho, la información es también un elemento vinculado al poder, a la mercancía y a los estatus sociales. Su importancia la convierte en una herramienta que cotiza al alza, permitiendo a actores e ideas imponerse sobre otras, garantizando la verticalidad de un sistema sustentado en la desigual distribución de productos, poderes o privilegios.

No es de extrañar así que la información esté en crisis, con ese valor económico que prima hoy más que nunca en manos de los medios de comunicación. La información es maltratada sistemáticamente, ensuciada por los intermediarios de una realidad que, en su afán por venderla, pretenden hacer pasar por noticias cuestiones que no son de interés público o añaden abundantes dosis de sensacionalismo en asuntos que merecen una absoluta seriedad.

Resulta necesario, por tanto, adentrarse en el entorno de la información que, mucho más allá que un contexto temporal y espacial, marca el devenir de la información. Múltiples actores e ideas son así el hábitat que se debe conocer siempre y cuando haya un interés real para comprender la información en su totalidad. Y el hábitat, más que garantizar la información como un derecho fundamental, está hoy caracterizado por su hostilidad.

El principal elemento de este nuevo hábitat es la globalización, configurada como la absoluta interrelación económica en un mundo que, aparentemente, más que una merca conectividad física, gracias a la revolución de los transportes, es una unión de valores compartidos por sociedades aparentemente diferentes. Esta globalización económica encaja perfectamente con el neoliberalismo, como ideología dominante que ha llevado aún más lejos los dogmas liberales. Así, la gestión de lo público, responsabilidad de los representantes políticos elegidos por la ciudadanía, acaba por responder a intereses económicos privados que están muy lejos de las necesidades del conjunto de la sociedad.

El consenso también adquiere un valor fundamental en este entorno. Lo paradójico es, sin embargo, que existen serias deficiencias en el mismo, ya que la propia naturaleza del consenso exigiría un verdadero debate abierto y con múltiples direcciones antes de tomar una decisión. Sin embargo, se trata de un consenso impuesto, que desde la verticalidad del sistema evita que las bases de la sociedad tengan voz frente a los numerosos argumentos y dogmas que se imponen con la, irónicamente,

justificación de un modelo representativo. Lo racional se margina aún más en una sociedad del espectáculo, donde lo banal y lo vulgar se conforma como los valores al alza, admirados y seguidos por productores y consumidores de la vida.

En este escenario, la tecnología parece presentarse como la solución para múltiples problemas que azotan a la información cuando, en realidad, se trata de instrumentos al servicio de los individuos o sociedades, por los que serán estos lo que doten de contenido ético y profesional a las nuevas tecnologías disponibles.

La industria también juega un rol fundamental en este hábitat, acaparando un mayor poder como parte de un núcleo duro de lo dominante. Son hoy unos actores de gran poder económico que se encuentran perfectamente adaptados a la consolidación del consumo como la forma más extendida por los ciudadanos para interrelacionarse en sociedad.

En esa dinámica consumista, el *establishment* y los ciudadanos parecen ser los productores y compradores, con unos poderes ciertamente definidos y marcados por grandes distancias. Unos y otros, a pesar del abismo de poder que se extiende entre ambos, se encuentran también adaptados a esa tendencia consumista, y ratificando la mercantilización de todos los aspectos de la vida.

Frente a ellos, sin embargo, los que aún aspiran a ser ciudadanos y no meros consumidores, se configuran como la resistencia a un sistema que no comparten y que, a pesar de la también ausencia de poder, ejercen su presión para lograr que la información vuelva a ser un instrumento al servicio de la ciudadanía.

El hábitat de la información, y por lo tanto la propia esencia de la información, está sujeto a esos actores e ideas que se conforman y que, obviamente, provocan numerosas tensiones y flujos propios de las diferentes perspectivas que se presentan. Esto supone, por tanto, ratificar el estado cambiante frente a una aparente realidad que se presenta como inamovible.

Volver a pensar y cuestionar deberá partir entonces de ese primer conocimiento del hábitat donde vive la información. Sólo conociendo ese entorno, se podrán tomar todas las medidas para que los ciudadanos

vuelvan a ser los legítimos propietarios del derecho fundamental a la información.

1. Globalización

Si algo parece definir esta época marcada por el cambio de milenio es la aparente relación de los diferentes actores del planeta bajo el paraguas de una globalización que se presenta como irreversible, una vez que los transportes y las comunicaciones han acortado las distancias que, más que físicas, suponían una verdadera frontera cultural.

A pesar de las aún profundas diferencias que existen entre sociedades, la globalización parece haberse extendido a la esfera de los individuos, con modelos de vida compartidos, en una repetición de la sintonía que existe en la esfera pública entre estados, instituciones y multinacionales que se presentan como los legítimos representantes de los valores occidentales, ya globales desde la caída del muro de Berlín.

El fin de la guerra entre los modelos capitalistas y comunistas, escenificado en el desmoronamiento del régimen soviético en 1989, ha dado paso a la extensión del primero de los modelos a la práctica totalidad del planeta, gracias al activo rol ejercido por los actores públicos y privados que abogaban por el libre mercado. Es precisamente en ese momento cuando comienza a extenderse el uso del concepto globalización¹, con una evidente vinculación a la presencia de multinacionales y a la distribución de bienes y servicios a escala global, impulsados por una red de transportes y comunicaciones que convierte al planeta en un mercado accesible para vender una amplia gama de productos.

De esta forma, la globalización aparece estrechamente vinculada al capitalismo y su dominio sin restricciones, incluidas regiones que antes estaban bajo la órbita de la Unión Soviética y su sistema económico socialista. No debe extrañar, por tanto, que globalización y capitalismo parezcan ser conceptos estrechamente ligados y que, aparentemente, definen el mismo sistema económico pero con la salvedad de que el primero de ellos ya se aplica a escala global.

La idea de que la globalización comenzó con el fin del capitalismo aspira a dar la razón a Fukuyama y su fin de la historia. La globalización

¹ Hutton y Giddens (2000: 1 y 2)

haría referencia así a un mapa posterior a 1989, fecha clave en la transformación del mundo contemporáneo², y dando paso, según Stiglitz (2002: 5), a una etapa marcada por con el “capitalismo triunfal”, con el estilo de vida americano ya implantado globalmente. Un éxito que, como tal, conlleva un reverso nada desdeñable: “Yo diría que el comunismo, a pesar de que fracasó, tuvo un impacto positivo, ya que mantuvo el capitalismo a raya, en el sentido en que le recordaba la necesidad de tener un rostro humano” (Hutton y Giddens, 2000: 11).

Algunos autores, sin aventurarse a proclamar ese rostro humano, consideran que la globalización conlleva ciertas ventajas, abriendo oportunidades fuera de los países que están en el *core* del modelo capitalista: “En occidente la gente puede entender que los trabajos con bajos salarios en Nike es una explotación, pero para muchas personas en los países en vías de desarrollo, trabajar en una fábrica es mucho mejor que seguir en una granja o plantaciones de arroz” (Stiglitz, 2002: 11). Ante esta realidad, parece conveniente añadir algún matiz relevante: “El problema con la globalización es su aspiración a igualar progresivamente el acceso a los productos en un mundo que es por naturaleza desigual y variado” (Hobsbawm, 2000: 65).

Otros autores no dudan en localizar los problemas de la globalización en la misma raíz de los problemas del capitalismo. De hecho, a juicio de Chomsky, la globalización sólo podría entenderse como la “última versión del capitalismo” que ha conseguido aprovechar todas las oportunidades que la globalización conlleva (en Fox, 2001: 23). Las oportunidades que ofrece esta nueva época pueden no ser tan novedosas, dado que muchos autores consideran que ya existía globalización un siglo atrás, sólo que, en la actualidad, “aquellos que están tan impresionados con los cambios que se suceden hoy, especialmente en el ámbito de la tecnología, ven que el mundo está rompiendo radicalmente con su pasado” (Hutton y Giddens, 2000: 3).

La dificultad para comprender qué se esconde tras el concepto de la globalización y, por tanto, desentrañar si se trata de un proceso nuevo y diferente al capitalismo, requiere analizarla desde un doble punto de vista,

² *Ibíd.*

tanto como una descripción como una prescripción, siguiendo la línea marcada por Petras y Velttmeyer.

“Globalization is both a description and a prescription. As a description, globalization refers to the widening and deepening of the international flows of trade, capital, technology and information within a single integrated global market. [...] Like terms such as the global village, it identifies a complex of changes produced by the dynamics of capitalist development as well as the diffusion of values and cultural practices associated with this development. [...] As a prescription, globalization involves the liberalization of national and global markets in the belief that free flows of trade, capital and information will produce the best outcome for growth and human welfare” (2001: 11).³

Aún más esclarecedora es la visión que se aporta desde las relaciones internacionales de un concepto que, dependiendo del enfoque ideológico con el que se mire, deparará interpretaciones diferentes.

“For realists, globalization does not alter the most significant feature of world politics, namely the territorial division of the world into nation-states. [...] Globalization, then may affect our social, economic, and cultural lives, but it does not transcend the international political system of states. [...] For liberals, [...] They tend to see globalization as the end product of a long-running transformation of world politics. [...] Liberals are particularly interested in the revolution in technology and communications represented by globalization. This economically and technologically led increased interconnectedness between societies. [...] For Marxist

³ La globalización es tanto una descripción como una prescripción. Como descripción, la globalización hace referencia a la ampliación y profundización de los flujos internacionales de comercio, capital, tecnología e información dentro de un solo mercado global integrado. [...] Al igual que términos como la aldea global, se identifica con una complejidad de cambios producidos por las dinámicas del desarrollo capitalista y con la difusión de valores y prácticas culturales asociadas a su desarrollo [...] Como una prescripción, la globalización engloba la liberalización de los mercados nacionales y globales con la creencia de que el libre flujo de comercio, capital e información producirá el mejor resultado para el crecimiento y bienestar humano (Traducción de S.T.).

theorists, globalization is a bit of a sham. It is nothing particularly new, and is really only the latest stage in the development of international capitalism [...] Rather than make the world more alike, it further deepens the existing divide between the core, semi-periphery, and the periphery” (Baylis y Smith, 2001: 6)⁴.

Sea cual fuere la teoría que sirve de base para definir la globalización, lo cierto es que el concepto de capitalismo permanece intacto, manteniendo la ambición global que ya se percibía en la época del imperio británico, donde el comercio internacional, favorecido por las nuevas rutas marítimas, adelantaba ese carácter global de la economía que hoy ya no se pone en cuestión.

La novedad, si se quiere diferenciar claramente entre esa ambición global del siglo XIX –por no remontarse a otras ansias globales del imperio español, otomano o romano– está en la visión liberal y su particular interés en la revolución en los ámbitos de la tecnología y la comunicación causada por la globalización, algo que precisamente supone la excusa para considerar que se vive una nueva era, ya marcada por las tecnologías.

A pesar de todos los significados que aparecen en torno a la globalización, son estas revoluciones lo que incita a muchos autores a ver la globalización, casi exclusivamente, como un inmenso desarrollo tecnológico y comunicacional, “basado principalmente en la eliminación de obstáculos técnicos, más que económicos” (Hobsbawm, 2000: 62) y, por lo

⁴ Para los realistas, la globalización no modifica el rasgo más característico de la política mundial, es decir, la división territorial del mundo en estados-nación [...] La globalización puede afectar nuestra vida social, cultural, económica, pero no trasciende el sistema político internacional de los estados. [...] Los liberales, [...] tienden a considerar la globalización como el producto final de una transformación a largo plazo de la política mundial. Los liberales están especialmente interesados en la revolución de las tecnologías y comunicaciones que representa la globalización. Esto conduce, desde un punto de vista tecnológico y económico a una creciente interrelación entre las sociedades. [...] Para los teóricos marxistas, la globalización es un fraude. No es nada especialmente nuevo sino simplemente la última etapa del desarrollo del capitalismo internacional [...] Más que homogeneizar el mundo, profundiza aún más en la actual división entre el centro, la semiperiferia y la periferia (Traducción de S.T.).

tanto, definiéndose como el pilar sobre el cual se producirán los intercambios de carácter global:

“The latest stage in a long accumulation of technology advance which has given human beings the ability to conduct their affairs across the world without reference to nationality government authority, time of day or physical environment. These activities may be commercial, financial, religious, cultural, social or political; nothing is barred” (Langhorne, 2001: 2).⁵

Pero una mirada a este proceso no puede ocultar el aspecto económico que se produce en el desarrollo de estas tecnologías y el rol que juegan estas herramientas de la información y la comunicación para definir el carácter real de la globalización. Y es que la globalización, a pesar de estos avances, se debe principalmente a la “emergencia de los mercados financieros globales” (Hutton y Giddens, 2000: 53).

“Esta dinamización, que se denomina la globalización económica, se ha visto favorecida por la puesta a punto de las tecnologías de la información y la comunicación. Porque la mundialización de la economía es esencialmente la mundialización de la economía financiera, es decir, la compra y la venta de valores monetarios o de los valores bursátiles, por tanto, esencialmente, de valores inmateriales. No se trata del intercambio de productos físicos, no se trata del comercio de objetos concretos, se trata de la venta de valores inmateriales” (Ramonet, 2002: 13).

El peso de la economía es evidente en este proceso global, más aún cuando recordamos que la superestructura, en términos presentados por el marxismo, marcaría la pauta al resto de actores e ideas de una sociedad que, a pesar de la distancia que la separa de las primeras etapas del capitalismo,

⁵ “La última etapa de un proceso de acumulación de avanzada tecnología que ha otorgado a los humanos las habilidades para desarrollar sus actividades en el mundo sin la referencia de un autoridad gubernamental nacional, periodo o entorno físico. Estas actividades pueden ser comerciales, financieras, religiosas, culturales, sociales o políticas; nada está excluido” (Traducción de S.T.).

no parece haber cambiado la jerarquía social derivada de los procesos económicos.

Sí es cierto, sin embargo, que los añadidos en los que se presenta la globalización tienen novedosa importancia. Las actividades culturales, religiosas, sociales o políticas, de las que hablaba Langhome, permiten destacar el peso que el fenómeno de la globalización tiene en la actualidad, superando con creces el plano exclusivamente económico y adentrándose en otros campos, carentes a priori de valor comercial.

2. Neoliberalismo

Un proceso similar al vivido en el ámbito económico es el que sucede en el plano político, con una consolidación del modelo democrático occidental instado desde Washington frente al sistema comunista trazado desde Moscú. Así, la caída de los regímenes comunistas dio paso a la instauración en estos países de procesos democráticos similares a los que se aplican en Estados Unidos y Europa.

Aunque se pueda argumentar que existe una amplia gama de modelos políticos, que irían desde los sistemas socialdemócratas de los países escandinavos hasta los más conservadores –criterios basados en el nivel de políticas públicas– lo cierto es que en todos ellos se constata un neoliberalismo tendente a facilitar la máxima libertad del mercado, relegando a un hueco en la historia las propuestas liberales que aún reservaban un sustancial protagonismo a los actores e instituciones públicas.

“El liberalismo político implica un planteamiento global de la vida colectiva y se manifiesta en todos sus aspectos (éticos, educativos, jurídicos, etc.), pero al aplicar el principio liberal solamente a lo económico se cae en un reduccionismo que entroniza los mecanismos e intereses capitalistas como constitución fundamental de la sociedad, pasando lo demás a depender de ese fundamento” (Sampedro, 2002: 64-5).

Lo que Sampedro presenta aquí es el origen del llamado neoliberalismo, como una natural evolución a las doctrinas liberales gracias al impulso de lo privado. Así, se consolida una concepción de estado

limitada a una labor de mera gestión del territorio nacional, y donde los gobiernos, independientemente de su currículum conservador o progresista, acaban por aplicar las máximas de los actores económicos por encima del interés público.

Obviamente, tanto en las variables presidencialistas como las parlamentarias, existen gobiernos donde priman políticas ubicadas en la derecha o en el neconservadurismo (el gobierno de Estados Unidos bajo la administración de George W. Bush) u otros en la izquierda o socialismo (Venezuela bajo las administraciones de Hugo Chávez). Más allá de esos ejemplos, extendidos y aplicados en países de diferentes continentes, la gran mayoría de países y gobiernos, con sus respectivas trayectorias laboristas, socialistas, democristianas o socialdemócratas se mueven en un espectro de *laissez faire*.

Esta línea de políticas parece dar a la razón a las teorías de Fukuyama y su fin de los conflictos ideológicos o, dicho de otra forma, a un pragmatismo en la gestión de lo público que está orientado a limitar su papel al mínimo, garantizando un marco de absoluta libertad a los poderes económicos. De hecho, se podría señalar que es el poder económico, en perfecta connivencia con el político, el que termina por diseñar el conjunto de la actividad del estado.

A diferencia de otras etapas previas del capitalismo, hoy el poder económico se asienta en el mismo poder financiero que facilita la globalización y que, ya trasladado al plano político, condiciona la actividad pública, gracias al rol de banquero que ejerce sobre todas las administraciones. Tal es el poder que tiene este sector financiero, que no duda en calificarse a sí mismo como el garante de la sociedad del bienestar⁶, aunque detrás se esconda una política neoliberal cuyas estrategias sacrifican las demandas básicas de la población⁷.

⁶ “Financial markets transfer funds from those who have excess funds to those who need funds. They enable college students to obtain student loans, families to obtain mortgages, businesses to finance their growth, and governments to finance their expenditures. Without financial markets, many students could not go to the college, many families could not purchase a home, corporations could not grow, and the government could not provide as many public services. Households and businesses that supply funds to financial markets earn a return on their investment, the return is necessary to ensure that funds are supplied to the financial markets. If funds were not

Esto supone, en última instancia, la consolidación del *market-driven politics* de Leys, donde las políticas son públicamente dirigidas por el mercado. En caso contrario, si los estados o los gobiernos, a través de sus discursos y sus acciones, apelan a su autonomía y optan por tomar una dirección no deseada por los mercados, los actores integrantes en ese llamado mercado aprovechan su rol de banquero o prestamista de la gestión pública, para encarecer las condiciones de ese indispensable apoyo. Se trata aquí de unas influencias que no son negociables y que marcan el retrato de la política actual: “El concepto fundamental en la reducción del mundo que hace el neoliberalismo es el mercado; el neoliberalismo presenta el mundo social hecho de mercados” (Couldry, 2010: 6).

“Neoliberalism can be understood as a historic attempt –largely successful so far- to recast the sites of social experience and political conflict as spaces of market functioning where individuals and

supplied, the financial markets would not be able to transfer funds to those who need them” (Madura, 2008: 2).

Los mercados financieros transfieren fondos de que aquellos que tienen un exceso a aquellos que los necesitan. Permiten a los estudiantes universitarios obtener becas de estudio, a las familias obtener hipotecas, a los empresarios financiar su crecimiento y a los gobiernos a financiar sus gastos. Sin los mercados financieros, muchos estudiantes no podrían ir a la universidad, muchas familias no podrían comprar una casa, muchas empresas no podrían crecer y el gobierno no podría proveer muchos servicios públicos. Hogares y negocios que dan fondos a los mercados financieros obtienen un beneficio por su inversión. Este beneficio es necesario para asegurar que los fondos lleguen a los mercados financieros. Si los fondos no se suministraran, los mercados financieros no estarían en condiciones de transferir fondos a los que los necesitan (Traducción de S.T.).

⁷ “Si el neoliberalismo se toma como una ideología para la restauración de un capitalismo en crisis que es la forma en que se está oficialmente aplicando, se identifica con las estrategias del capitalismo salvaje que sacrifican la atención a las demandas básicas de la población y el bienestar de los trabajadores a la concentración especulativa del capital. En este sentido el neoliberalismo no es sino un regreso al capitalismo de la primera revolución industrial y a la doctrina del Laissez-Faire” (Child, 1995: 181).

market-oriented corporations operate, subject only to the limited external constraints of government” (Couldry, 2010: 147)⁸.

La conjunción de mercados, sociedad, neoliberalismo y estado, entre otra amplia gama de elementos, nos lleva a una situación en la que, al menos en los países occidentales, se ha consolidado la idea de que “la democracia significa democracia liberal”. El planteamiento de Zakaria (1997: 27-8) estriba en que este modelo de democracia, además de estar sustentado en elecciones libres y justas, el imperio de la ley, la separación de poderes y la protección de libertades fundamentales, también está sustentado por el capitalismo, la burguesía y un alto producto interior bruto. “Si un país no sigue estos elementos, termina convirtiéndose en una democracia iliberal” (Zakaria, 1997: 32).⁹

Defender la existencia de un sistema político al servicio del económico da argumentos de sobra para cuestionar la legitimidad de unos modelos democráticos que son defendidos públicamente como la forma más avanzada de libertades para el individuo. La gran paradoja de esta situación es que, pese a que los defensores de este modelo de democracia occidental reconocen abiertamente la imperfección del sistema y la necesidad de mejorarlo, su principal argumento para defenderlo es la mayor imperfección de otros sistemas democráticos en países en los que el nivel de libertades no alcanza los estándares occidentales, en clara alusión a países de Oriente Medio o Asia.

La conclusión parece evidente: la perfección del sistema democrático neoliberal reside en que da un soporte político a un modelo económico que busca y necesita el menor número de barreras para el libre comercio, tanto en el ámbito interno de cada país como en el conjunto de las relaciones

⁸ El neoliberalismo puede entenderse como un intento histórico –ampliamente exitoso hasta el momento- para recuperar los lugares de la experiencia social y el conflicto político como espacios de funcionamiento mercantil donde los individuos y las corporaciones relacionadas con el mercado operan, sujetas sólo a los limitados controles externos del gobierno (Traducción de S.T.).

⁹ En opinión de Zakaria, estas democracias iliberales no respetan aparentemente la separación de poderes o derechos políticos, al arrestar oponentes o amordazar a los disidentes, pero también, y en lo que concierne a los mercados, nacionalizar industrias y confiscan propiedades privadas (Zakaria, 1997: 32)

internacionales. En otras palabras: un sistema político que, aunque es formalmente democrático, prima las libertades de los mercados sobre las personas.

“The problem is that, for neoliberalism, democracy is merely the instrument for achieving individual ‘freedom’; neoliberalism has therefore no conception of social, let alone political, ends that democracy might serve” (Couldry, 2010: 66)¹⁰.

¹⁰ El problema es que, para el neoliberalismo, la democracia es sólo un instrumento para lograr la libertad individual; el neoliberalismo no tiene, por tanto, ninguna concepción de lo social, ni siquiera político, fines a los que la democracia debería servir (Traducción de S.T.).

3. Consenso

Estrechamente vinculado con la ideología liberal, convertida ya en neoliberalismo, está la concepción del consenso, presentado públicamente como un elemento que legitima la dirección que toman los actores políticos. El consenso tiende a ocupar el último eslabón de la democracia, una vez que se ha logrado un concepto común y, posteriormente, un acuerdo sobre el mismo. El planteamiento que hace Wirth (1948: 9-10), hace más de medio siglo, es que el consenso, en las sociedades de masas, debe configurarse no tanto como un objetivo, sino como un hábito de intercomunicación, discusión debate y compromiso. Se trata, a su juicio, de elementos indispensables para que el ciudadano pueda vivir en sociedad.

“Consensus is the sign that such partial or complete understanding has been reached on a number of issues confronting the members of a group sufficient to entitle it to be called a society. It implies that a measure of agreement has been reached. The agreement, however, is neither imposed by coercion nor fixed by custom so as no longer to be subject to discussion. It is always partial and developing and has constantly to be won. It results from the interpenetration of views based upon mutual consent and upon feeling as well as thinking together” (Wirth, 1948: 4)¹¹.

Se conoce, además, la importancia que adquiere este elemento para abordar las profundas divergencias que se producen actualmente en el seno de la sociedad, y que obligan, por tanto, a que se busquen esas políticas públicas basadas en el “ideal del consenso”, entendido éste en cualquiera de sus enfoques relativistas o alternativo (Hamelink, 1998: 69)¹². Este

¹¹El consenso es la prueba de que se ha alcanzado un entendimiento parcial o completo sobre un número de asuntos tras ser debatidos por los miembros de un grupo que pueda ser calificado como sociedad. Implica que se ha alcanzado un cierto grado de acuerdo. El acuerdo, sin embargo, no está impuesto por coerción ni se establece por costumbre como si no fuera un asunto sujeto de discusión. Siempre es parcial y en construcción y tiene que ser constantemente alcanzado. Resulta de una interpenetración de puntos de vista basados en el consenso o sentimiento mutuo y pensamiento en común (Traducción de S.T.).

¹² Hamelink define la postura relativista como aquella que tiende a ignorar el hecho de que incluso cuando las personas están fundamentalmente en desacuerdo, no se

planteamiento, además, tiene aún mayor razón de ser en sociedades multiculturales, donde se cree firmemente en los beneficios de la asimilación¹³.

Aparentemente, ese consenso buscado y deseado, tendría que nacer de un debate desarrollado en el seno de la sociedad. Sin embargo, en aras de una supuesta operatividad de ese sistema de convivencia, los modelos representativos se han presentado públicamente como la mejor opción para alcanzar el deseado consenso. La ciudadanía, actor fundamental y necesario para elaborar ese consenso, delega en sus representantes políticos esa labor, sabiendo de antemano, tanto unos como otros, que “el consenso es la condición necesaria para dotar de legitimidad moral a cualquier gobierno” (Steinberg, 1978: 113).

El problema, sin embargo, es que los actores que representan esa legitimidad acaban por considerar que el consenso les viene otorgado por el acto electoral y, una vez producido, ya existe una autorización expresa para toda la acción del gobierno. En otras palabras, consideran que el voto les otorga una carta blanca no sólo para presentarse públicamente como los protagonistas de ese consenso sino para negar cualquier interferencia de los que precisamente le han otorgado esa potestad.

Sin embargo, parece evidente, y así lo apuntan autores como Singer, que las elecciones hoy en día, más que una herramienta democrática efectiva, son sólo un elemento simbólico.

“Since there is a good deal of empirical evidence which demonstrates that electoral participation is not a meaningful and

desprende lógicamente que nunca estén de acuerdo en la solución de conflictos culturales. El enfoque alternativo sería el que considera que hay que lograr consenso para tener un orden social sostenible y que las políticas públicas en las sociedades multiculturales deben basarse en el ideal consensual (1998: 68).

¹³ “Debido a que muchos países afrontan hoy en día los conflictos inherentes a una sociedad multicultural, es frecuente el diseño de políticas públicas basadas en el ideal de consenso. [...] En términos más benignos, estas políticas se guían por la noción de la integración cultural. Basadas firmemente en la creencia de los beneficios de la asimilación, estas políticas ven las diferencias culturales como transitorias: desaparecerán con el paso del tiempo del tiempo mediante la incorporación de los grupos minoritarios a la cultura dominante (Hamelink, 1998: 69).

effective form of popular political participation and that elections are increasingly becoming ritualistic exercises in symbolic participation, it is clearly evident that it is highly distorting to claim that such elections constitute a means by which citizens voluntarily consent, in a morally meaningful sense, to obey the law” (in Steinberg, 1978: 122)¹⁴.

Sin embargo, en estos estados democráticos, sucede que los partidos políticos, legítimos depositarios de la voluntad popular, convergen en los asuntos esenciales y difieren en ellos de una forma más simbólica, en lo que parece ser un “juego democrático”¹⁵. “En la práctica, la política se conduce como si se tratase de una sistema unipartidista dominado por una pequeña elite de funcionarios y sus aliados cooptados” (Hamelink, 1998: 73) que no dejan de ser una nueva oligarquía¹⁶. En este juego de lograr el consenso, que algunos autores parecen atribuir exclusivamente a posiciones políticas centristas¹⁷, se consigue transformar la actividad de los gobiernos en un mero “ejercicio de relaciones públicas” que, “con la complicidad de los

¹⁴ “En la medida en que existen evidencias empíricas que demuestran que la participación electoral no es una forma significativa y efectiva de participación política y que las elecciones son cada vez más un ejercicio ritual de una participación simbólica, es ciertamente evidente la distorsión que supone argumentar que las elecciones suponen el modo por el que los ciudadanos ofrecen voluntariamente su consentimiento, en un sentido moral, de obedecer la ley” (Traducción de S.T.).

¹⁵ “En realidad, esto no es más que un teatro donde los papeles se han repartido con dinero público; un juego, ya se dice de sobra: el juego democrático. Pero un juego no es real, es una ficción” (Reig, 2005: 13).

¹⁶ “Esta libertad *para crear consenso* está concentrada en las manos de unos cuantos actores sociales. Su lenguaje promocional proclama que en una sociedad libre nadie debe interferir con las actividades de aquellas pequeñas oligarquías que controla la generación de información y que, en gran parte, dan forma al medio ambiente cultural” (Hamelink, 1998: 81).

¹⁷ “Sin pretensiones de exhaustividad ni exclusividad, se podría definir a una fuerza política centrista en relación con el consenso, el diálogo el cambio, la mejora, el equilibrio, la sensatez y la estabilidad, el progreso, la moderación, la tolerancia, la unión en la pluralidad, la humanidad, la reforma y la honradez. La enseñanza de este siglo se sintetiza en la necesidad de diálogo y tolerancia para alcanzar el consenso que permita la convivencia pacífica y participativa” (Pérez García, 2002: 43).

medios masivos venden las políticas a los miembros del público a quienes se percibe como consumidores” (Hamelink, 1998: 73).

Esta forma de actuar supone un doble engaño al ideal de consenso. El primero estriba en que los actores que buscan ese consenso no son permanentemente representativos de los votantes y, por lo tanto, el consenso no puede entenderse que, automáticamente haya sido logrado por los ciudadanos. Y en segundo lugar, se alcanza un consenso impuesto desde actores externos, en esa práctica que Hamelink entiende que está copada por una elite de funcionarios pero que, en la actualidad, queda patente que mana de actores económicos externos y donde, precisamente, a visión de De Moraes, la información juega un rol fundamental:

“Los llamados grandes media fabrican el consenso sobre la superioridad de las economías abiertas, insistiendo en que no hay salida fuera de los presupuestos liberales. El eje ideológico consiste en enfocar el consumo como un valor universal, capaz de convertir necesidad, deseos y fantasías en bienes integrados transferibles a la producción” (De Moraes, 2005: 145).

Se trata de una visión muy similar a la que plantea Hall:

“‘Consensual’ views of society represent society as if there no major cultural or economic breaks, no major conflicts of interests between classes and groups. Whatever disagreements exist, it is said, there are legitimate and institutionalised means for expressing and reconciling them. The ‘free market’ in opinions and in the media is supposed to guarantee the reconciliation of cultural discontinuities between on group and another” (Hall, 1987: 55)¹⁸.

La construcción del consenso sobre los pilares fundamentales de la globalización neoliberal permite afianzar el rol de los representantes

¹⁸ “Las visiones consensuadas de la sociedad representan la sociedad como si no hubiera rupturas económicas o culturales, ni conflictos de intereses entre clases y grupos. Para cualquier desacuerdo que haya, se dice, hay modos legítimos e institucionalizados para expresarlos y reconciliarlos. El ‘libre mercado’ en las opiniones y en los medios supuestamente garantiza la reconciliación de las diferentes entre grupos” (Traducción de S.T.).

políticos como redactores de un consenso al que poco o nada contribuirán otros actores, una vez que la ciudadanía parece limitarse a las participaciones puntuales en procesos democráticos. Los medios, gracias a su información libre e independiente jugarán un rol vital en el flujo de ideas que contribuyan a la toma de decisiones. El inconveniente es que sólo esos grupos con un peso específico tendrán acceso asegurado al medio y sólo sus argumentos y perspectivas serán abordados sin límites ni distorsiones (Manning, 2001: 2).

4. Espectáculo

Limitar un concepto como la globalización a las esferas de la economía y la política supondría dejar de lado todo un campo de aspectos cotidianos donde se desarrolla la vida y que resultan igual de relevantes para afianzar el orden neoliberal en esta época global. En la actualidad, y así se entiende desde el enfoque realista, la globalización es un hecho que atañe más a fenómenos culturales y sociales.

Prosiguiendo con este argumento, y aún considerando que el plano económico en su situación privilegiada de la superestructura es el que condiciona el resto de planos, se puede entender que la presencia de modelos de comportamientos en los planos sociales lleva intrínsecamente aparejados unos modelos de vida, costumbres y valores que, a priori, parecen ajenos a los modelos económicos y políticos.

La esencia de la globalización se caracteriza precisamente por esos deseos de abarcar el conjunto del sistema y no limitarse, como hasta ahora había ocurrido, a sus aspectos económicos y políticos. El viejo orden capitalista en la nueva era de la globalización controla la totalidad de la vida de los ciudadanos, logrando así que individuos de países aparentemente muy distintos repitan casi miméticamente una dinámica de vida cotidiana.

Es una cotidianeidad que se extiende más allá de los comportamientos laborales o políticos, con sus prácticas democráticas estandarizadas y que los situacionistas ya vieron hace décadas como un fenómeno espectacular. De hecho, entendían que “toda la vida de las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que era vivido directamente se aparta en una representación” (Debord, 1967: 1).

A juicio de los situacionistas, el espectáculo servía como un instrumento de unificación entre los individuos (Debord, 1967: 3) donde la economía juega un papel nuclear:

“El espectáculo somete a los hombres vivos en la medida en que la economía les ha sometido totalmente. No es más que la economía desarrollándose por sí misma. Es el reflejo fiel de la producción de las cosas y la objetivación infiel de los productores” (Debord, 1967: 16).

Basados en esa concepción de la sociedad, el espectáculo se presenta como “el discurso ininterrumpido que el orden presente mantiene consigo mismo, su monólogo elogioso. Es el autorretrato del poder en la época de su gestión totalitaria de las condiciones de existencia” (Debord, 1967: 24).

Esta tendencia, encaja a la perfección con una sociedad donde el consumo es la principal ideología y donde, con cierta lógica, se instaura una evidente decadencia social, remarcada por Rivière (1995) y que Álvarez (1987: 168) sitúa en el centro de la sociedad contemporánea: “una sociedad de la abundancia, que parecía carecer de otras razones para justificar la existencia que no fuesen el consumo, la pasividad y el hedonismo, unido a todo ello la agitación moral e ideológica”.

Esta decadencia le debe mucho a los medios de comunicación, convertidos en la “manifestación superficial más abrumadora” del espectáculo. Una comunicación unilateral, cuya concentración vuelve a acumular en manos de la administración del sistema existente los medios para mantenerse (Debord, 1967: 24).

El espectáculo, sin embargo, requiere avanzar un paso más, hacia una banalización que garantice el verdadero éxito comercial, aunque eso implique degradar la democracia y la política en pos de elevar a interés público la vida hedonista y vulgar que prima en la sociedad¹⁹ pero que, afortunadamente, aún daña a ciudadanos que, en su faceta de lectores, se alarman ante la ordinariez que daña irreversiblemente el periodismo como profesión que trabaja con la información (de Pablos, 2001: 266-280). Se trata de una auténtica contaminación que Ramonet vincula al gusto por la emoción llevada al extremo de la hiperemoción:

“La hiper-emoción ha existido siempre en los *media*, pero se reducía al ámbito especializado de ciertos medios, a una cierta prensa

¹⁹ “[...] el afán de comercialización puede rebajar la información a una simple economía de beneficio llegando incluso hasta degradar la industria del entretenimiento. Las «vulgaridades» bloquean el conocimiento de las obligaciones públicas. La democracia puede morir –lo mismo que otra vez, a causa de la penuria de sus soportes, se hundió si la vida hedonista interesa más que los incómodos problemas del futuro político” (Dovifat, 1980: 512).

popular que jugaba fácilmente con lo sensacional, lo espectacular, el choque emocional. Por definición, los medios de referencia apostaban por el rigor y la frialdad conceptual, alejándose lo más posible del *pathos* para atenerse estrictamente a los hechos, a los datos, a las pruebas. Todo esto se ha ido modificando poco a poco, bajo la influencia del *media* de información dominante que es la televisión. El telediario, en su fascinación por el «espectáculo del acontecimiento» ha desconceptualizado la información y la ha ido sumergiendo progresivamente en la ciénaga de lo patético. Insidiosamente ha establecido una especie de nueva ecuación informacional que podría formularse así: si la emoción que usted siente viendo el telediario es verdadera, la información es verdadera.

Este «chantaje por la emoción» se ha unido a la otra idea extendida por la información televisada: bastaba ver para comprender. Y todo esto ha venido a acrecentar la idea de que la información, no importa de qué información se trate (la situación en Oriente Próximo, la crisis del sureste asiático, los problemas monetarios y financieros ligados a la introducción del euro, conmociones sociales, informes ecológicos, etc.), siempre es simplificable, reductible, convertible en espectáculo de masas, divisible en un cierto número de segmentos-emociones. Sobre la base de la idea, muy de moda, de que existiría una «inteligencia emocional», esta concepción de la información rechaza cada vez más el análisis (factor aburrimiento) y favorece la producción de sensaciones” (Ramonet, 1998: 19).

5. Tecnología

La información, con los controles económicos de este sistema global, ve sus movimientos limitados a lo diseñado por el sistema, es decir, a la evidente estructura jerárquica y piramidal que lo caracteriza. En ese contexto, el cuarto poder, con medios de comunicación masivos que buscan su propia rentabilidad y alejándose evidentemente de su función de *perro guardián*, se maneja con la seguridad de que el sistema actual le beneficia.

“Según el lenguaje convencional, el momento actual de la historia por lo general se caracteriza como una era de globalización, revolución tecnológica y democratización. En esas tres áreas, los *media* y las comunicaciones tienen un papel central, tal vez incluso definitorio. La globalización económica y cultural sería evidentemente imposible sin un sistema de medios comerciales globales para promover los mercados globales y estimular los valores de consumo. La propia esencia de la revolución tecnológica es el desarrollo radical de la comunicación digital y de la informática. El argumento de que los viejos y terribles días de los estados policiales y los regímenes autoritarios tienen pocas posibilidades de volver se basa en alegaciones de que la nueva tecnología de la comunicación, junto con los mercados globales, minan e incluso impiden la posibilidad de que algún «líder máximo» domine con impunidad” (McCheseny, 2005: 185).

El hecho de que los medios comerciales globales suponen un impedimento para la aparición de *líderes máximos* conlleva, desde luego, un alivio para los que apuestan por sistemas democráticos. Sin embargo, tal y como están concebidas las democracias actuales, con sistemas neoliberales y modelos capitalistas actuando de forma coordinada y prestándose apoyo mutuo, no se puede esperar que los medios comerciales globales cumplan correctamente la función para la que, a priori, están diseñados: informar con la mente puesta en los intereses públicos:

“Existe un complejo comunicación-industria que representa la vinculación dialéctica de tres elementos vitales del poder económico mundial: el control del capital de apoyo, el control de la tecnología (su desarrollo, su aplicación y su transferencia) y el control de los mecanismos de marketing. Este complejo controla una estructura

centralizada internacional de la comunicación. La función de tal estructura de comunicación es la promoción de mensajes que representan una configuración de valores socioculturales, pertinentes a los intereses económicos creados. Esta configuración de valor tiende a entrar en conflicto con la configuración sociocultural de valores que representa los intereses públicos” (Hamelink 1981: 31).

La estructura centralizada de la información se reprodujo en sistemas mediáticos nacionales, que eran los que primaban en las décadas de los ochenta y noventa, y, actualmente, en los sistemas mediáticos globales. Es un sistema mediático jerarquizado, piramidal, en el que las empresas dominantes son entidades globales, no sólo en los países del núcleo del sistema, sino también en los de la periferia, como añade McCheseny (2005: 172-173). Además, son un núcleo en el que, según la descripción de Hamelink, la palabra control ocupa un espacio importante, referido al capital, a la tecnología, al marketing y a una estructura internacional.

Este control, en cualquiera de sus enfoques²⁰, no deviene, según Murdock, sólo del ejercicio de poder de estas grandes corporaciones, sino del propio sistema, de esta red piramidal y jerárquica, en la que las asimetrías de mercados o sectores suponen una ventaja para los medios globales frente a medios pequeños, fortaleciendo un sistema mediático piramidal:

“The potencial control it bestows over production does not arise solely from specific exercises of power within the corporations directly owned or influenced. It is also a function of pre-existing and enduring asymmetries in the structure of particular markets or sectors, which deliver cumulative advantages to the leading corporations, and enables them to set the terms on which competitors or suppliers relate to them” (Murdock, 1990: 3)²¹.

²⁰ De la Mota destaca los diferentes controles de la información: autoritario (como instrumento de la política del gobierno que, además prohíbe toda crítica), liberal (los medios siguen los principios del liberalismo), comunista (se ven los medios como armas del partido o del Estado), de responsabilidad social (preocupado por aumentar el bienestar general de la sociedad) (1988: 270).

²¹ “El control potencial que confiere la sobreproducción no surge sólo de específicos ejercicios de poder dentro de las corporaciones directamente poseídas o influenciadas.

Como contrapartida, Habermas señala que los medios ofrecen la posibilidad de “liberar” los procesos de comunicación de la “provincialidad” de los contextos de espacio y tiempo limitados, implantando una red virtualmente siempre presente de contenidos alejados en el tiempo y espacio y poniendo los mensajes a disposición de contextos multiplicados (1998: 552-553). Se trata de un proceso que no garantiza el abandono de la verticalidad, sino que incluso puede llegar a reforzarla:

“Estos *espacios públicos creados por los medios jerarquizan* el horizonte de comunicaciones posibles a la vez *que le quitan sus barreras*; el primer aspecto no puede separarse del segundo, y en ello radica la *ambivalencia de su potencial*. Al canalizar unilateralmente los flujos de comunicación de una red centralizada, del centro a la periferia y de arriba a abajo, los medios de comunicación de masas pueden reforzar considerablemente la eficacia de los controles sociales. Pero la utilización de este *potencial autoritario* resulta siempre precaria, ya que las propias estructuras de la comunicación llevan inserto el contrapeso de un *potencial emancipatorio*” (Habermas, 1998: 552-553).

Surge así un nuevo espacio público, una nueva *polis* fundamentada en la televisión, la informatización y todo el conjunto de nuevas tecnologías. Es la *telépolis* de Echeverría, nuevo concepto derivado del hecho de que los “ciudadanos se interrelacionan a distancia, bien sea directa o indirectamente”. Así, y pese al rol de espectadores del que no consiguen desprenderse, “se van desarrollando otras formas de vida telepolitana (por ejemplo, el correo electrónico) que posibilitan su participación activa y su organización en grupos de libre elección” (Echeverría, 1994: 12).

La irrupción de Internet parece elevar aún más el concepto de *telépolis* sustentado en la televisión, y ofrecer el potencial emancipatorio del que hablaba Habermas hasta el punto de cuestionar la jerarquización de este sistema mediático y la unidireccionalidad que se le presupone a las comunicaciones masivas. La creencia de que este sistema, aún manteniendo

Es también una función de asimetrías preexistentes y perdurables en la estructura de mercados o sectores concretos, que ofrecen ventajas acumuladas a las corporaciones líderes, y les permite establecer los términos con los que los competidores y suministradores se relacionan con ellas” (Traducción de S.T.).

su carácter global, puede perder la verticalidad que se le presupone, supondría así una democratización del concepto de información:

“La comunicación se hace cada vez más interactiva al ofrecer una posible alternancia en los roles de la comunicación al acercarse a la forma conversacional de la comunicación social ordinaria. Por otra parte, la práctica de la comunicación al ser cada vez menos unidireccional hace que la organización jerárquica entre en competencia con la multiplicación de redes donde se intercambia información y se facilitan los contactos. Se advierte, entonces, que lo que está en juego es nada menos que la organización social global con la anticipación del paso de una sociedad piramidal a una sociedad reticular fundada en grupos abiertos, adaptativos y evolutivos en la que se desarrolla la capacidad de autoorganización” (Gerstlé, 2005: 46).

Esta visión parece aún lejana, difícilmente concebible más aún cuando el sistema de redes de comunicación que plantea Gerstlé llevaría aparejado un cambio en la organización social global hasta hablar incluso de una “autoorganización” que no gustaría a los dueños de la “auténtica RED” que gobierna la comunicación²². Ante esto, deberíamos preguntarnos lo siguiente: ¿Estaría el cuarto poder preparado para que ese poder se democratice cuando ni siquiera parece que el derecho a la información está garantizado? Nuestra respuesta supone democratizar los medios de comunicación de masas, como principales poseedores de información, o bien establecer una red que pueda llegar a un gran número de personas sin recurrir a dichos medios. Ambas opciones parecen aún lejanas: la primera, porque los medios pueden argumentar que son empresas privadas y que su

²² Con una cierta ironía, al menos aparente, Reig recuerda, ante los planteamientos de redes que se expanden en la comunicación, que la situación actual dista mucho de abandonar el monopolio y la verticalidad: “La comunicación mundial está en manos de seis conglomerados que se relacionan entre sí y con entidades financieras y empresas de diversos sectores (petróleos, armamento, telecomunicaciones, grandes almacenes, etc.). Ésta es la auténtica RED Estructura de Poder en la que estamos inmersos. Por ahora no tiene alternativas sólidas: proyectan mensajes destinados, por regla general, a sostener la ideología del sistema: es una dictadura neototalitaria” (Reig, 2005: 3).

funcionamiento lo deciden ellos; y la segunda, porque aunque exista un crecimiento de redes informativas parejo a la nueva sociedad red, éstas parecen no tener los recursos y la capacidad para distribuir la misma cantidad de información sin esa red que ahora mismo tienen los medios.

6. Industria

La industria de la información y comunicación, ya incluida de lleno bajo el concepto de las industrias culturales, adquiere una posición privilegiada en el mundo globalizado, copando un poder que les permite una libertad de movimientos bajo los dogmas neoliberales. Esto puede llevar a argumentar que si la vieja prensa, de la que hablaba Sodré, pasó de ser la tribuna de una sociedad liberal a un complejo “susceptible de constituir una verdadera estructura de poder” (1998: 74), los actuales medios de comunicación de masas, constituidos en grandes conglomerados mediáticos, aseguran, como mínimo, un poder situado en lo alto del sistema.

“Pero no hay duda de que desde el punto de vista de la estructura social del poder, los media actúan en la zona designada por Gramsci en sus *Cuadernos* como “la trama privada del Estado”, o sea, en el ámbito de lo que él define como “sociedad civil”. Este concepto se agrega al de “sociedad política” ampliando la teoría marxista del Estado. La coerción de la sociedad política (burocracias que detentan el monopolio legal de la violencia) se amplia por la hegemonía de la sociedad civil (organismos sociales de naturaleza colectiva y voluntaria), obtenida por liderazgo político y consenso. Los medios de comunicación se desarrollaron históricamente como uno de los múltiples “aparatos privados de hegemonía”, y Gramsci situaba la prensa precisamente en ese ámbito, al lado de los partidos políticos” (Sodré, 1998: 77).

La argumentación de Sodré supone señalar a los medios como elementos vitales para mantener el orden social, en la “trama privada del Estado”, con una función que, aparentemente, le coloca como elemento subordinado al aparato estatal. En otras palabras, se podría decir que los medios actuarían como una especie de portavoz del sistema, tal y como actuaron los periódicos, constituidos, según Hudec (1988: 20), como unos “instrumentos de clase” que finalmente “se integraron en el sistema de dirección de la sociedad”.

Integrados en lo alto del sistema, parece que su labor está muy bien definida como los emisores oficiales del sistema, en la medida en que favorecen la propia pervivencia del sistema y, en consecuencia, la suya propia, privilegiados, como ya se ha visto, por su posición dominante.

“El sistema mediático comercial global es radicalmente burgués porque no respeta, a fin de cuentas, ninguna tradición o costumbre que se interponga en el camino del beneficio. Pero en última instancia, una vez que las relaciones capitalistas se han convertido en predominantes, los medios globales son políticamente conservadores, porque los gigantes de la comunicación son beneficiarios importantes de la estructura social actual del mundo y no les conviene ninguna alteración en la propiedad o en las relaciones sociales – particularmente si reduce el poder de las empresas” (McCheseny, 2005: 185).

Todo esto no puede pasar inadvertido para los propietarios de la información, que poco a poco van superando su rol de portavoz y emisor para avanzar, con la seguridad de que son poseedores en gran medida de un producto de gran valor como la información, hacia un punto en el que se ven legitimados para reclamar su puesto en la dirección de la sociedad.

Ese planteamiento lo ratifica Schiller al señalar abiertamente que los “medios de comunicación se han convertido en parte del núcleo de sistema”, una vez vistos los parámetros convencionales, donde, analizado el número de trabajadores o las ganancias obtenidas, se observa que, en el caso de Estados Unidos, representan “una fracción considerable –tal vez más de la mitad– de la actividad económica”. Con otros parámetros sistemáticos, el autor ya señala que los medios son la mejor vía para que el capitalismo norteamericano mantenga cierto grado de hegemonía económica y cultural global (Schiller, 1980: 42).

Sin lugar a dudas, los medios de comunicación pasan a integrar el apartado de lo dominante, defendiendo abiertamente sus intereses y dejando al margen los intereses de los que se sitúan fuera de ese núcleo del sistema. Menos aún debe extrañar que directamente asociemos su comportamiento con las prácticas neoliberales actuales, como nuevos protagonistas del imperialismo del capitalismo:

“Porque las actividades de información-comunicación aglutinadas en el término ‘medios de comunicación’ constituyen ahora una parte crecientemente vital del capitalismo avanzado y, por extensión, del imperialismo contemporáneo. [...] entonces hoy el imperialismo de los medios de comunicación no se puede distinguir del Imperialismo.

Ahora incorpora una parte vital del núcleo económico, así como también del núcleo cultural del imperialismo” (Schiller, 1980: 42).

7. Consumo

La homogeneidad que caracteriza la vida de millones de personas encuadradas en diferentes contextos territoriales no podría entenderse sin la extensión de una globalización que establece un conjunto de órdenes bien jerarquizados. Sin una aparente estructura visible, a nivel global se ha establecido un sistema piramidal del que inevitablemente no se puede salir.

La existencia de un sistema global no supone la negación de otros sistemas locales que repitan esa estructura piramidal y que en éstos, además, se puedan dar variantes que se alejen del sistema global. Sin embargo, en la medida en que la economía termina marcando la pauta de las relaciones en un mundo cada vez más globalizado, no parece lógico pensar que las excepciones puedan constituirse como sistemas completamente aislados, ya que conllevaría no sólo un aislamiento de la vertiente económico-política de la globalización, sino también de los aspectos relativos a la cultura, sociedad, deportes, etc.

En este sistema neoliberal, ya irremediablemente globalizado, se ha impuesto una relación en la que todo se debe mover dentro de ese espectro, absorbido no sólo por su pertenencia, sino obligado a relacionarse con las reglas que se desarrollan en su interior. Esto implica que, si los protagonistas de este sistema han pasado a ser los poderes económicos, las relaciones en su interior están reguladas para satisfacer los intereses de los poderes político-económicos.

La pertenencia forzada a un sistema cuyos flujos tienen como fin mantener la estructura piramidal, y en cuya cúspide está situado el *establishment*, choca de lleno con el aparente consenso que se pretende realizar desde la base de la sociedad, con los ciudadanos como legítimos representantes. Pero este fin no choca con la efectiva puesta en escena de ese consenso, con la representación de esa ciudadanía. La participación política, a priori concebida como un poder de decisión, termina siendo irrelevante en comparación con el poder que efectivamente desarrollarán sus representantes, acaparando de facto la soberanía que corresponde al ciudadano.

De forma meditada, el ciudadano se ve abocado a un proceso de participación que lo asemeja más a un consumidor que a un soberano. En

otras palabras, dado que existe un gran mercado mundial que sustituye el rol que debería tener un hipotético parlamento internacional, el rol del ciudadano resulta irrelevante. El consumidor se integra así en un escenario donde la comercialización y la mercantilización ocupan el papel de la participación en sociedad, gracias al beneplácito de las supuestas izquierdas y derechas que permiten situar en el centro del sistema el consumo masivo por parte de la población.²³

“Commercialization implies an extension of the market into arenas from which we feel its values ought to be excluded... Commodification is not seen as an intrusion into our personal domains, but an enlargement of them or perhaps as a democratization of refinements that were formerly enjoyed only by those who had the leisure, or could command the trained services, to enjoy what is now offered by a purchasable good (Heilbroner, 1992: 90-1)²⁴ .

A juicio de Lekakis (2010: 39), la mercantilización viene a presentarse en la atribución de un valor comercial a cosas que no deberían tener dicho valor. “Defiende un ciclo interminable de circulación, consumo y recirculación de prácticamente todo, desde puestas de sol y lugares, a ideas y mascotas”.

²³ [...] una economía capitalista basada en el consumo masivo por parte de una población activa plenamente empleada y cada vez mejor pagada y protegida.

Esta combinación era, como hemos visto, una creación política, que descansaba sobre el consenso político entre la izquierda y la derecha dominante en la mayoría de países occidentales. [...] Se basaba también en un acuerdo tácito o explícito entre las organizaciones obreras y las patronales para mantener las demandas de los trabajadores dentro de unos límites que no mermaran los beneficios, y que mantuvieran las expectativas de tales beneficios. [...] En la práctica, los acuerdos eran a tres bandas, con las negociaciones entre capital y mano de obra [...] presididas formal o informalmente por los gobiernos” (Hobsbawm, 1995: 284).

²⁴ “La comercialización implica una extensión del mercado hacia arenas de las que, creemos debería estar excluido... la mercantilización no es vista como una intrusión en nuestros dominios personales, sino como una ampliación de los mismos o, quizás, como una democratización de las delicadezas que eran formalmente disfrutadas por sólo aquellos que tenían tiempo libre o podían dirigir los servicios entrenados, disfrutar de lo que ahora es ofrecido como un objeto en venta” (Traducción de S.T.).

Commodification is the mode by which a consumer society reproduces itself, working overtime to create uniform monopolies of taste and behavior. To commodify an object is to transform multiple meanings into a singular market meaning, namely the potential of a good or service to be bought and sold. To commodify is thus to colonize (Barber, 2007: 247)²⁵.

Existe por tanto una colonización a través de la transformación de todo lo imaginable en un valor económico. Y esto implica una jerarquía en función de dicho valor. Consumidores y productos pasan inmediatamente a estar jerarquizados en función del valor asignado²⁶. Una situación que, por otra parte, resulta paradójica, puesto que en la sociedad de consumo, con sus democracias económicas y su democracia política, “no se puede creer en las separaciones y en las jerarquías: pero haberlas, las hay (todos somos iguales, pero algunos son más iguales que otros)” (Ibáñez, 1997: 222).

En una metáfora con el cazador y la presa, Ibáñez (1997: 4) defiende que los individuos son cazadores y presas al mismo tiempo, donde se consume “signos de consumo a cambio de conformarnos con el poder: poder que ya no es de uno sobre otros, sino una máquina impersonal que se abate sobre todos” y donde ya no tiene sentido enfrentarse a un poder “que no tiene rostro”:

El capitalismo de consumo nos despoja –regularizándolas- de nuestras actividades de ocio y consumo: crea necesidades que se acoplen a los productos que está interesado en vender. Transformando –mediante la pedagogía y la demagogia- nuestras actividades de ocio y consumo para que se acoplen a sus productos (Ibáñez, 1997: 33)

²⁵ La mercantilización es un modo por el cual la sociedad de consumo se reproduce a sí misma, trabajando horas extras para crear monopolios uniformes de gustos y comportamientos. Mercantilizar un objeto es transformar los múltiples significados en un solo significado mercantil, es decir, el potencial de un bien o servicio que será comprado y vendido. Mercantilizar es así colonizar. (Traducción de S.T.)

²⁶ Ibáñez (1997: 221) señala que los grupos de consumidores están “jerarquizados” aunque los participantes de estos grupos no saben que son ya unos objetos. Remarca además que “las clases dominantes siempre han consumido “modelos”, mientras que las clases dominadas siempre han consumido “productos de serie”, aunque en la actualidad “los productos de serie se disfrazan de modelos”.

A pesar de la imposición que marca el consumo, ya convertida en ideología²⁷, las tensiones son inevitables en un sistema jerarquizado por su valor comercial. Esto se debe, a juicio de Castells (1987: 6), a que la sociedad no es un puro desarrollo lógico de un sistema, sino una relación de fuerzas entre clases sociales en función de sus intereses respectivos. La razón estriba en que en el proceso de consumo colectivo existe una contradicción entre el modo individual de apropiación de las condiciones de vida y el modo colectivo de gestión de ese proceso.

La novedad es que los productos son todos. Incluso las personas se han convertido en productos susceptibles de ser vendidos y comprados. No es de extrañar así las tensiones propias del consumo se trasladan a ideas, valores, pensamientos e ideologías, ahora también como objetivos susceptibles de ser valorados económicamente. Al igual que sucede en la política, desde hace tiempo convertido en un “producto político” que se compra y se vende²⁸, la información también adquiere una categoría de mercancía, alejada de los estándares éticos que tenía²⁹, y convertida ya

²⁷ “Y la ideología del consumo se ha convertido en la gran ideología” (Groy, Boris: “El consumo es hoy la gran ideología” en *El País Babelia*, 26 de julio de 2008, página 12).

²⁸ “La materia prima del campo periodístico se encuentra, privilegiadamente, en el campo político. Éste es entendido, desde la perspectiva de Bourdieu, como campo de fuerzas que están en lucha, donde los agentes permanecen en una constante disputa por querer transformar las relaciones de fuerza existentes, ya que el capital que está en juego es el poder. Como en todos los campos sociales, el político tiene sus dominadores y sus dominados, sus conservadores y sus vanguardias, sus luchas subversivas y sus mecanismos de reproducción. Los agentes compiten en la producción de productos políticos, tales como problemas, programas, análisis, comentarios, juicios y acontecimientos, en busca de sensibilizar a sus “consumidores”, quienes deben estar aptos para votar, elegir y tener opinión.

Por lo tanto, el campo político constituye también un mercado: el mercado de la opinión pública. La lucha de los agentes (individuales o colectivos) gira en torno al capital simbólico acumulado en el transcurso de las disputas y en la acumulación del trabajo y las estrategias embestidas, que se consustancian con cierto reconocimiento y consagración (Berger 1997: 114-115).

²⁹ “La información se considera esencialmente una mercancía. No es un discurso que tenga la vocación ética de educar o de informar al ciudadano, en el buen sentido de la

irremediablemente en un instrumento más del capitalismo de siempre, convertido ahora en una globalización neoliberal.

“La información y la comunicación se mostraban más bien como el medio para reestructurar el capitalismo, descubrir nuevas fuentes de beneficios después de los acumulados por los sectores industriales del carbón, el acero, el petróleo o la energía nuclear. La información y la comunicación, transversales a todas las actividades económicas y sociales pasaban a ser el “sistema nervioso” de esta nueva economía mundial en construcción” (Wolton, 2004: 36).

palabra, pues tiene esencialmente y ante todo una perspectiva comercial. Se compra y se vende información con el objeto de obtener beneficio” (Ramonet, 2005: 195).

8. *Establishment*

La paradoja de este proceso vertical en el que los ciudadanos establecen sus relaciones de consumo en su entorno estriba en que el pequeño margen de actuación que se les deja se presente constantemente como aval de una verdadera democracia. Obviamente, los procesos democráticos, independientemente de su efectividad real, en la medida en que las decisiones terminan siendo adoptadas por actores externos a los legítimamente elegidos, se presentan como el elemento simbólico que garantiza que, formalmente, exista una democracia.

Es evidente que los mecanismos de participación actuales, tanto a escala local como global, garantizan un trasvase formal de la voluntad popular a la gestión de lo público, gracias a los representantes políticos. Sin embargo, el poder de los actores externos trastoca por completo el sistema, convirtiendo las democracias actuales en un moderno imperio gobernado por un conjunto de actores que nadie elige.

Concebir que en el mundo globalizado existe un *establishment* que impone su poder a estados e instituciones internacionales que, hasta el momento, acaparaban el poder, parece una afirmación difícil de sostener y que, al mismo tiempo, socavaría la creencia popular de que el ciudadano es soberano. Actualmente, sin embargo, incluso países que hoy heredan la tradicional posición imperial, como es el caso de Estados Unidos, parecen sometidos a los intereses de actores internos e internacionales que buscan garantizar su posición privilegiada.

El *establishment*, término anglosajón que se vincula a grupos empresariales, políticos o culturales que marcan las pautas del desarrollo actual, se configura así como los actores e ideas que, en línea con la globalización neoliberal imperante, imponen su poder en una nueva era donde los estados, pese a su deseo de seguir siendo el vértice del desarrollo histórico, se ven indefectiblemente relegados. Hoy son, por tanto, los actores vinculados al poder económico los que han tomado el rol imperial, constituyéndose como los verdaderos diseñadores de un orden destinado a satisfacer las necesidades de un mercado global.

“Así como las economías nacionales están siendo significativamente dominadas por un número limitado de

megacorporaciones, también lo está la economía global. El mercado global se ha concentrado crecientemente durante las últimas dos décadas. Esta reconstrucción de la política económica internacional ha modificado los ámbitos en los que el Estado opera. La movilidad global de mercancías (incluyendo ideas, imágenes y conocimiento) trasciende el control estatal. Igualmente, la acelerada globalización de la producción y del intercambio de mercancías señala que aún los promotores de la administración económica global rinden homenaje a los intereses de los grandes conglomerados” (Gouliamos, 1998: 281).

Se presenta un escenario internacional ciertamente complejo, con nuevas identidades en esta gobernanza de múltiples niveles³⁰ y donde el poder adquiere un rol protagonista para poder administrar el control del orden social y garantizar la hegemonía colectiva³¹.

³⁰ Del ámbito de los gobiernos nacionales se ha pasado a una gobernanza en múltiples niveles; del Estado moderno, a un sistema multidimensional de poder y autoridad; de sistemas económicos y de comunicación de alcance nacional, relativamente discretos, a su más complejo y diverso engarce en escalas regionales y globales. Sin embargo, existen pocas razones para pensar que –paralelamente- se están multiplicando las identidades políticas. La excepción son las elites del orden global –redes de expertos y especialistas, dirigentes de la administración y ejecutivos de corporaciones transnacionales- y quienes siguen sus pasos o quienes se les oponen: una amplia constelación de movimientos sociales, asociaciones sindicales y (unos cuantos) políticos e intelectuales (Held, 2003: 46).

³¹ “El orden social no está pautado por lo imprevisto o por lo incontrolable, sino por condiciones capaces de dar lugar al control racional de las acciones y de asegurar hegemonía colectiva. Pero a la par de estas condiciones –que son formas simbólicas colectivamente definidas- existe siempre la dimensión de lo indefinido, de lo imprevisible, de lo indeterminado, de lo vacío, o sea, de una dimensión llamada *diferente* frente a las formas establecidas. La indeterminación es algo inherente a la heterogeneidad de la existencia.

Como toda sociedad tiene que lidiar con esas dos dimensiones, establece mecanismos de control de las zonas fronterizas entre una y otra. *Poder* es el nombre que se le da a la capacidad de administrar ese control, capacidad para producir efectos de determinación o de realidad socialmente reconocibles” (Sodré, 1998: 62).

En este escenario, la supercarretera de la información será usada para crear una amplia colección de mercancías basadas en la necesidad corporativa de estructurar un sistema global organizado para rodear y envolver a los consumidores. De hecho, en tanto las sociedades contemporáneas se mueven hacia servicios de supercarretera electrónica globales, el Estado-nación está siendo transformado en una organización espacial de un mercado. Desde el punto de vista de la circulación de capital y mercancías, el Estado-nación funciona cada vez más como un almacén con infraestructuras espaciales fijas (Gouliamos, 1998: 287).

No se puede cuestionar que en una era tan mercantilizada como la actual, en donde los transportes, las nuevas tecnologías, los medios de comunicación y las relaciones entre países están marcadas por unos criterios primordialmente económicos, sean los productores de bienes y servicios los que ocupen ese privilegiado lugar, cuyo único objetivo es vender sus productos y asegurarse su privilegiada posición en lo alto del sistema.

Se repite así una lógica que se arrastra a lo largo de la historia, desde la conformación de los primeros grupos sociales, cuando un determinado sector se ha impuesto sobre otro, primitivamente a través del uso de la fuerza y de la inteligencia y, en la actualidad, a través de un complejo entramado de relaciones económicas, políticas o sociales.

Es de sentido común que la consolidación de estos grupos en lo alto del sistema depende de la consolidación del modelo de sistema, es decir, del conjunto de valores, costumbres o, simplemente, ideología que define este orden social. Un proceso que podría analizarse desde una perspectiva totalmente opuesta, señalándose así que la consolidación de esas ideologías depende de la previa consolidación de un grupo.

Como grupo que busca acaparar el máximo poder, es lógico entender que en su interior se producen constantes enfrentamientos, en una batalla abierta por presentarse como el mayor referente de las doctrinas neoliberales. Aparecen así los que adoptan formas y modos diferentes, casi de los que se oponen al sistema, para lanzar su discurso más conservador. Rivière (1995: 126) denomina a estos actores como “neopuritanos”, que protestan, paradójicamente, contra el desorden moral que ha traído la mercantilización de la vida. Obviamente, esta protesta no lleva aparejada

una crítica a la mercantilización, consecuencia de esa aplicación de doctrinas neoliberales hoy ampliamente extendidas con la globalización.

Para Rivière, el héroe neopuritano cree tanto en la bondad de este sistema que pretende salvarlo de la corrupción que otros han introducido, y para eso no duda en desmarcarse formalmente del resto de actores que se sitúan en el *core* del sistema.

“La protesta neopuritana es parte del camino de perfección del propio sistema. Se trata de una estrategia que canaliza la frustración social y, a la vez, neutraliza las críticas de fondo. Salvando la idea de la familia se protege la unidad básica de consumo, gritando contra el crimen y la violencia se legitima la represión, protestando contra los impuestos se favorece el privilegio del gran dinero, rasgándose las vestiduras ante la corrupción de las costumbres se intenta reconducir homogénea y unidireccionalmente la práctica social, y así sucesivamente. Puede parecer rocambolesco, y lo es (Rivière, 1995: 127).

Es evidente que más allá de estas discrepancias, siempre limitadas a las apariencias externas, la consolidación del *establishment* viene principalmente marcada por ese consenso que se presenta públicamente y que obviamente está construido sobre los pilares ideológicos dominantes, que hoy lleva irremediablemente a la doctrina neoliberal. Esto implica que en el flujo que se produce en el sistema actual, definido por su carácter globalizador, las personas individuales o colectivas se rigen por unos criterios ideológicos que marcan a su vez los flujos dentro del sistema y que, en línea con el perfil que la globalización ha impuesto, están asociados al consumo y al valor exclusivamente económico. Es decir, se produce una retroalimentación entre las ideas dominantes y los sectores dominantes.

Lo aquí expuesto no es más que una repetición de las máximas marxistas de que las ideas dominantes son las ideas de la clase dominante. La lógica de lo dominante y sus ideas son, básicamente, una fuerte apuesta por lo estático, mantener un orden del que obviamente se sienten privilegiados, por lo que pese a las posibles diferencias que existan en su seno, su actuación se caracteriza por un pragmatismo con el fin de no perder su posición de privilegio ante un posible cambio de sistema o una

ruptura de los flujos, eminentemente comerciales, que sustentan la globalización.

9. Ciudadanía

En un sistema de cuya cúspide se ha marginado a los legítimos representantes de la ciudadanía en favor de unos actores cuyos intereses privados se sitúan por encima de los públicos, los ciudadanos se ven también marginados del ejercicio, indirecto aquí, de la soberanía popular que les corresponde. Esto supone vaciar de facto el contenido de su condición de ciudadano, sustituyéndola en un entorno de globalización neoliberal por el rol de consumidor, acorde así a la consolidación del consumo como forma de relación en cualquier sociedad.

La adopción del rol de consumidor, sin embargo, parece ser asumida por muchos ciudadanos, abandonando así antiguos conceptos de clase que, aparentemente ya no se aplicarían en la medida en que el consumo iguala a todas las personas. Pero supone una equiparación ciertamente engañosa, dado que termina convirtiendo al ciudadano, no en un elemento anónimo de la masa, sino en un mero producto susceptible de ser comprado y vendido.

“...al perder su solidez, y ésta es la tragedia del capital, las personas y las cosas pierden su valor de uso, ni las cosas pueden ser materia prima ni las personas pueden ser fuerza de trabajo: ni las cosas tienen formas singulares, ni las personas pueden transformar esas formas. La primera revolución industrial nos privó de la capacidad de ejecutar transformaciones (sólo podíamos actuar como robots), la segunda revolución industrial nos ha privado de la capacidad de concebir transformaciones (sólo podemos actuar como inventores de robots), la tercera revolución industrial nos privará de la capacidad de decidir la concepción de transformaciones (sólo podremos actuar como inventores de inventores de robots). El estado líquido de las personas y las cosas es su valor de cambio económico: las cosas son el dinero que valen y las personas son el dinero que vale su fuerza de trabajo.

Como supuesto agente de la producción, el capitalismo de producción y acumulación postula el individuo: el individuo es el producto que con más cuidado produce, «el hombre es el capital máspreciado», desarrollo de las ciencias humanas, ciencias de la producción de individuos (medicina, higiene, psicología, pedagogía...). El individuo es el supuesto-sujeto: sus acciones tejen,

en lo imaginario, el orden económico (ideología de la oferta y la demanda), el orden político (ideología democrática), etc. (Ibáñez, 1997: 49).

El individuo, ya lejos de ser ciudadano, vive cómodamente en una sociedad neoliberal, donde su responsabilidad se limita a cumplir las expectativas que de él se espera como consumidor, accediendo a productos políticos, informativos, comerciales con los que, aparentemente, se realiza como individuo. Como un engranaje más dentro de esa cultura, Scalfari señala que el individuo va conformando una clase media carente de los tradicionales puntos de referencia, con intereses económicos versátiles y modelos sociales mucho más unitarios, todos ellos carentes de ideología (en Rivière, 1995: 122).

El planteamiento de Scalfari es recogido por Rivière, para denostar a ese ciudadano que vive cómodamente en la mediocridad

“Olvidarse de uno mismo para ser ese ciudadano corriente, clónico, diseñado por un sistema en crisis, es instalarse en la mediocridad y la impotencia consolidada, aceptando de buena gana el papel de los espectadores, de comparsas, de fieles de la religión de la sumisión a los enviados de los dioses. Para ese individuo el mundo real es asunto ajeno (Rivière, 1995: 101).

En esta pasividad llevada al extremo del ciudadano medio, consumidor ya en toda regla, se destaca el rol de los medios de comunicación, y en concreto la televisión, como vehículos para extender las promesas, sueños y demagogia. Así, los medios buscan a ese espectador o lector medio y lo van conformando y modelando según sus intereses, que no dejan de ser los mismos objetivos que busca el conjunto del *establishment*³².

³² “Los distintos medios de comunicación se dirigen a un espectador o lector medio hipotético que posee unas características específicas; por ello, quien quiera persuadirlo tendrá que buscar sus argumentos de la misma forma que si estuviera ante un público más reducido y concreto. De hecho, son los comunicadores públicos los que previamente definen y encuadran a un auditorio medio, pero que alcanza a la mayoría de la sociedad, incluso a las minorías cultas y críticas. Son, pues, los distintos medios de comunicación los que conforman a su público y lo van modelando según intereses tecnológicos de producción o necesidades socio-políticas de la época” (Martínez Arnaldos, 1990: 94).

Lo paradójico de esta mediocridad y este conformismo imperante es que convive con cierta individualidad en la que se aspira a separarse de la masa y disfrutar de un envoltorio diferente al resto de la masa³³. Esta tendencia se plasma en cualquier producto de consumo. La información, como tal, no supone ninguna excepción: el consumidor aspira a esa separación del resto de la masa con tan sólo, ya en su faceta de receptor, cambiar de canal, de emisora o de periódico, sin que ello suponga un verdadero proceso de elección o un *feedback* que cuestione la información de lo dominante. Se trata de una actitud que se asemeja a la denuncia de Kovach (2003) sobre el cliente creado e impulsado por los medios de comunicación.

“Vemos cómo transitamos del estilo *mass-media* al *self-media* o *automedia*: el consumidor interactúa directamente con el medio y se genera una disgregación del proceso masivo: la relación es más «personal», con un consumo a la medida del destinatario. Esto se debe a la multiplicación de la oferta y a la versatilidad y disolución de fronteras entre los medios, sus formatos y contenidos. Más allá del propio medio, esta sociedad del consumo personalizado repercute en el tipo de interacciones en la nueva comunidad, donde lo rutinario y particular prevalece sobre los ritos sociales, colectivos; las grandes instituciones oficiales como el Estado, la iglesia, el ejército, los partidos y las ideologías carecen ya de sentido para un individuo de necesidades más efectivas y que quiere verlas resueltas, y que de hecho descubre más opciones para hacerlo” (Karma, 2001: 244).

Aparece así la convergencia de los consumidores, que participan activamente con el sistema gracias a los productos culturales, contribuyendo decisivamente en el circuito del consumo más de lo que harían en el circuito de la política. Un proceso que algunos autores presentan como la evidencia de una aparente bondad del sistema, que deja de ser impuesto verticalmente en la estructura neoliberal para ser un modelo casi horizontal, donde aparentemente el ciudadano participa desde la base a la formación de la cultura, la información o la política.

³³ “En esta clase media todos se parecen, todo es terriblemente anónimo; todos quieren sobresalir y exhibirse; la ropa, las modas, las vacaciones, el uso del tiempo libre tienen a ser idénticos para todos” (Rivière, 1995: 122).

“El término cultura participativa contrasta con nociones más antiguas del espectador mediático pasivo. Más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si desempeñasen roles separados, podríamos verlos hoy como participantes que interaccionan conforme a nuevo conjunto de reglas que ninguno de nosotros comprende del todo. No todos los participantes son creadores iguales. Las corporaciones, e incluso los individuos dentro de los medios corporativos, ejercen todavía un poder superior al de cualquier consumidor individual o incluso al del conjunto de consumidores. Y unos consumidores poseen mayores capacidades que otros para participar en esta cultural emergente.

La convergencia no tiene lugar mediante aparatos mediáticos, por sofisticados que éstos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros. Cada uno de nosotros construye su propia mitología personal a partir de fragmentos de información extraídos del flujo mediático y transformados en recursos mediante los cuales conferimos sentido a nuestra vida cotidiana. Como existe más información sobre cualquier tema de la que nadie es capaz de almacenar en su cabeza, tenemos un incentivo añadido para hablar entre nosotros sobre los medios consumidos. Esta conversación crea un murmullo cada vez más valorado por la industria mediática. El consumo se ha convertido en un proceso colectivo, y a eso se refiere este libro al hablar de «inteligencia colectiva», un término acuñado por el teórico cibernético francés Pierre Lévy” (Jenkins, 2008: 15).

Esta nueva forma de entender la participación del individuo en el proceso de consumo, planteado por Jenkins en su “cultura convergente”, no deja de ser una prueba más del éxito de la comercialización de todos los aspectos de la vida, convirtiendo al ciudadano en un cliente y retroalimentando esa doble cualidad: un buen cliente es un buen ciudadano y un buen ciudadano es un buen cliente. Sea cual fuera la primera de esas cualidades, clientes y ciudadanos que no cuestionan el sistema no generan problemas e incrementan las deficiencias no sólo de la recepción, sino de la emisión y mensaje que realizan los medios³⁴. Sólo aspiran a vivir en esa

³⁴ Reardon señala que los medios masivos “tienen especial licencia para engañar” pero que, siguiendo a Rosten, estos se “limitan a proporcionarnos lo que deseamos ver y

burbuja en la que, a lo sumo, se manejan con un bienestar conformista que, más allá de pequeñas modificaciones estéticas, no exige ningún sacrificio a lo dominante.

escuchar”. Por tanto, añade Reardon, “las deficiencias de los medios masivos, al menos en parte, dependen de las deficiencias de las masas” (1983: 48).

10. Resistencias

A pesar de que el orden neoliberal, implantado y ejecutado ya de forma global, parece alcanzar todos los rincones del sistema, no se puede ocultar la existencia de individuos o entidades que rechazan frontalmente dicho orden y que, al mismo tiempo, puedan proponer otro orden jerárquico en su ámbito de decisión. E igual de evidente es que muchas de estas ideas y sujetos pueden moverse en el sistema adoptando en ocasiones posiciones que sustentan la estructura piramidal y su correspondiente orden.

Los planteamientos de Fukuyama y su fin de los conflictos ideológicos tras el fin de la guerra fría son del todo erróneos tan pronto como se constata que, ante la evidente crisis de navegación social³⁵ de los representantes públicos, aparecen nuevas alternativas sin aparente vinculación al extinto comunismo, considerado hasta la fecha como la resistencia oficial al capitalismo. Estados, individuos e ideas, marcados por las discrepancias o disonancias internas de la sociedad, sacan a relucir la histórica disyuntiva entre el “cambio o la estabilidad”³⁶, y optan por

³⁵ McHale considera que la pérdida de la navegación social o función de gobierno es el punto más débil del sistema, incapaz así de anticipar las crisis y, a lo sumo, sólo capaz de manejar las crisis de una forma más reactiva, una vez que han sucedido los acontecimientos (1981: 117). Agrega además que la mayor parte de las tensiones y crisis que afectan a nuestras sociedades locales son el reflejo directo de los acontecimientos que suceden en el mundo gracias al rol que tiene la información y la comunicación para trasladarlos a lo largo del planeta (1981: 120).

³⁶ “... se puede sugerir que las disonancias social, económica y política, las tensiones y crisis no son los síntomas de una situación incontrolada, o de un sistema mundial en trance de desintegración que ha empezado a aproximarse a sus límites de crecimiento. Todos estos efectos, más bien, se han producido por los problemas de un contacto más estrecho, y por la interdependencia e interacción más críticas que han introducido a nuestro alrededor las revoluciones sucesivas en los campos de la información y de las comunicaciones. [...] Muchas de estas discrepancias han suscitado cuestiones referentes a la calidad de vida, la estabilización del crecimiento y la viabilidad de que la tecnología actúe como un agente de cambio por sí misma. Las respuestas a estas cuestiones han tendido, hasta ahora, a polarizar el debate alrededor de la disyuntiva estabilidad o cambio, donde la demanda de orden, continuidad y estabilidad se considera como el remedio contra el cambio. Nuestra comprensión más real de la cuestión se apoya en el reconocimiento del hecho de que la constante son los cambios y movimientos sociales (e incluso una cierta dosis de desorden y alboroto). Por

levantarse, ya en la actualidad, contra los dogmas neoliberales, en una oposición lógica a todos los sistemas verticales³⁷. Esto supone, en última instancia, un público anuncio de un conflicto permanente que no es del agrado del orden actual, interesado en vender un aparente estado de apoyo global y total al orden vigente.

El derecho de resistencia se retoma en la actualidad, como derecho a salvaguardar las prerrogativas de un individuo o una comunidad frente a un poder central y que hoy aspira no a tomar el poder para construir un nuevo estado o un nuevo monopolio de decisión política, sino a defender experiencias plurales³⁸.

consiguiente, la acomodación de la estabilidad dentro del cambio constituye uno de los mayores retos para el conjunto de nuestra «navegación social» (McHale, 1981: 121).

³⁷ La oposición a la opresión es consustancial a la existencia de sistemas sociales jerárquicos. La oposición es permanente, pero en su mayor parte latente. Los oprimidos son demasiado débiles, política, económica e ideológicamente, para manifestar su oposición de modo constante. Sin embargo, como sabemos, cuando la opresión se agudiza particularmente, o las expectativas se ven especialmente defraudadas o del poder del estrato dominante se muestra vacilante, el pueblo puede alzarse del modo más espontáneo para gritar basta. Ello ha tomado la forma de revueltas, de disturbios, de huidas (Arrighi *et al.* : 1999: 29).

³⁸ “En los albores de la modernidad, los «muchos» coincidían con los ciudadanos de las repúblicas comunales anteriores al nacimiento de los grandes Estados nacionales. Aquellos «muchos» se valían del «derecho de resistencia», del *ius resistentiae*. Ese derecho no significa, simplemente, legítima defensa: es algo más fino y complicado. El «derecho de resistencia» consistente en hacer valer las prerrogativas de un individuo singular, o de una comunidad local, o de una corporación, contra el poder central, salvaguardando formas de vida ya afirmadas hace mucho tiempo, protegiendo costumbres ya radicadas. Se trata, por lo tanto, de defender algo positivo: es una violencia conservadora –en el buen sentido, en el sentido noble del termino, Quizás el *ius resistentiae*, o sea el derecho a proteger cualquier cosa que ya existe y que es digna de persistir, es aquello en lo que más se asemejan la multitud del siglo XVII y la multitud contemporánea. Tampoco en ésta se trata de «tomar el poder», de construir un nuevo Estado, un nuevo monopolio de la decisión política, sino de defender experiencias plurales, formas de democracia no representativa, usos y costumbres no estatales. En cuanto al resto, es difícil pasar por alto las diferencias: la multitud actual tiene como presupuesto un “Uno que no es menos, sino más universal que el Estado”: el intelecto público, el lenguaje, los «lugares comunes» -si quieren, piensen en la Web.

Así, alejados de *establishment* y frecuentemente colocados en una situación de marginación se encuentra una heterogénea masa de personas, colectivos, organizaciones e incluso actores institucionalizados como sindicatos y partidos políticos que rechazan abiertamente el sistema y que, en cierta medida, se adhieren a un “pensamiento libertario”³⁹. Salvo excepciones, no se trata de sujetos que no valoren los logros sociales o la comodidad que proporciona el actual sistema, sino que, conscientes precisamente de la importancia de esos logros, apuestan por su extensión y distribución al conjunto de la sociedad, rompiendo además con el tradicional rechazo en el entorno material y centrándose en los ámbitos de la reproducción material, cultural y social (Habermas, 1998: 555). El conflicto ya no se desencadena tanto en torno a problemas de distribución, sino “a cuestiones relativas a la gramática de las formas de vida”⁴⁰. En otras

Todavía más, la multitud contemporánea lleva inscrita la historia del capitalismo, es decir, está ligada estrechamente a las vicisitudes de la clase obrera” (Virno, 2003: 43).

³⁹ “El punto de partida del pensamiento libertario es la concepción social del ser humano, en radical oposición a la ideología neoliberal, que concibe a la persona como individuo. Para el neoliberalismo la población mundial es un potencial mercado de individuos aislados a los que se concibe como consumidores. Para el pensamiento libertario, la persona se realiza cuando se encuentra y colabora con otros en la sociedad. Igualmente, dan una importancia decisiva a la libertad y a la autonomía de las personas” (Mari, 2001: 225).

⁴⁰ El hecho de que con el Estado social y la democracia de masas el conflicto de clases que caracterizó a las sociedades capitalistas en la fase de su despliegue haya sido institucionalizado y con ello paralizado no significa la inmovilización de toda suerte de potenciales de protesta. Pero los potenciales de protesta surgen en otras líneas de conflicto, justo allí donde, si la tesis de colonización del mundo de la vida está en lo cierto, era también de esperar que surgieran.

En las sociedades avanzadas de Occidente se han desarrollado durante los dos últimos decenios conflictos que en muchos aspectos se desvían de los patrones que caracterizan al conflicto en torno a la distribución, institucionalizado por el Estado social. Ya no se desencadenan en los ámbitos de la reproducción material, ya no quedan canalizados a través de partidos y asociaciones y tampoco pueden apaciguarse en forma de recompensas conformes al sistema. Los nuevos conflictos surgen más bien en los ámbitos de la reproducción cultural, la integración social y la socialización; se dirimen en forma de protestas subinstitucionales y, en todo caso, extraparlamentarias; y en los déficits subyacentes a esos conflictos se refleja una cosificación de ámbitos de acción estructurados comunicativamente a la que ya no se

palabras, en “los puntos de sutura entre el sistema y el mundo de la vida (Habermas, 1998: 560).

Incapaces de acaparar el espectro campo de acción de lo dominante, o simplemente por una mera cuestión de prioridades, gran parte de estos sectores centran su rechazo en un aspecto concreto de dicho modelo. El valor de su posición está, sin embargo, cuando junto al rechazo se presenta una propuesta alternativa que permita paliar los defectos detectados. Los extensos y estructurales defectos del actual sistema han demostrado que el origen de gran parte de esos problemas localizados tiene origen en el mismo modelo económico, en su planteamiento conceptual. Por ese motivo se presentan nuevas alternativas, con un enfoque concreto pero con un objetivo estructural, apunta abiertamente al sistema político económico como responsable de un diseño social profundamente imperfecto, donde la realidad demuestra que vive en el sistema *menos malo* no significa automáticamente vivir en un sistema *bueno*.

De igual forma, las mismas alternativas también han sido conscientes, al igual que los sectores dominantes, del principal papel que desempeña la información, como transmisión de dicha realidad imperfecta. El objetivo es aquí desenmascarar las técnicas con las que, precisamente, se disfraza una realidad imperfecta y que, en última instancia, son interpretadas por el receptor medio respetando el marco del consenso impuesto.

Ante esta situación, surge inevitablemente la necesidad de alcanzar una cierta “utopía”, de construir una estrategia que vuelva a situar en un primer plano valores como la solidaridad, la cooperación, la libertad y “los derechos básicos de todos los seres humanos a la vida, al bienestar material y espiritual” (Romano, 2007, 169).

“Levantar una sociedad paralela a la actual, una especie de estado dentro del estado que, sin embargo, se sirva del estado instituido para sus fines. Esto conlleva dos medidas claves: creación de centros

puede hacer frente a través de los medios, dinero y poder. No se trata primariamente de compensaciones que pueda ofrecer el Estado social, sino de la defensa y restauración de las formas de vida amenazadas o de la implantación de nuevas formas de vida. En una palabra: los nuevos conflictos se desencadenan no en torno a *problemas de distribución*, sino en torno a cuestiones relativas a la *gramática de las formas de la vida* (Habermas, 1998: 555-556).

docentes de todo tipo y creación de medios de comunicación. No obstante, lo anterior exige la articulación de los movimientos que se llaman a sí mismos alternativos, articulación de ideas, de principios, y articulación orgánica y de acción. Es intolerable que a fuerza de llamarse a uno mismo alternativo se termine siendo una pieza del sistema, el que hace el papel de «malo», de respondón, el farsante, en suma, que sirve para consolidar aquello que dice rechazar” (Reig, 2005: 25).

Los movimientos sociales o ciudadanos se presentan como los actores fundamentales de esta sociedad alternativa, planteando sus propuestas desde la periferia del sistema. Se habla especialmente de movimientos de base que retan el orden actual y sus estructuras formales⁴¹. De esta forma ocupan el lugar que tradicionalmente correspondía a partidos políticos o sindicatos, situados en la izquierda, pero ligeramente desubicados a medio camino de lo institucional y el ciudadano medio⁴². Las organizaciones no gubernamentales, “presentadas por los medios de comunicación como el movimiento social mas importante de la década de los noventa”, parecen ocupar ese rol dejado por partidos y sindicatos, pero corren el mismo riesgo de la misma institucionalización y de la neoliberalización del estado asistencial (Fernández Buey, 2004: 120).

⁴¹ “Los movimientos de base están jugando un papel importante al cuestionar las afianzadas estructuras del poder en las sociedades formalmente democráticas. Frente a un globalización creciente, con la posterior erosión de las comunidades locales en la vida cotidiana y frente a la posterior extensión del poder del mercado de las corporaciones trasnacionales, la gente se levanta por sus derechos, en la medida en que les definen (Thomas, 2001: 570).³

⁴² “[...] el fin de las expectativas de cambio sistémico radical ha acabado con las posibilidades de los partidos de la izquierda no socialdemócrata como alternativas de poder. Todo lo más estos partidos parecen entregados a la ingente tarea de reinventarse permanentemente en busca de un espacio político en vías de agotamiento”. Chaves, Pedro: “Izquierda Alternativa: ¿Hay alguien ahí?” en Sinpermiso.info, 4 de mayo de 2008. <http://www.sinpermiso.info/textos/index.php?id=1836> [última consulta en mayo de 2009].

Una vez descartadas esas resistencias nacionales⁴³, son los movimientos sociales los que directamente o presionando a los actores institucionales consiguen movilizar y articular unas alternativas al actual sistema dominante, conscientes, además, de que la solución de los problemas puntuales no tiene sentido si no lleva aparejado un cambio mas sustancial, aunque muchas veces, los intentos de cambio de estos sectores pueden terminar reforzando el sistema⁴⁴.

Independientemente del éxito posterior, movimientos feministas, ecologistas, pacifistas o por los derechos civiles adquieren un carácter alternativo, cuando, además de perseguir la igualdad social “estructuralmente”, lo aspiraban a hacer desde el punto de vista “ideológico (en el sentido de la eliminación de la conciencia social de las presunciones de superioridad/inferioridad en las relaciones de género, generación, etnicidad, raza, sexualidad e incapacidad física)” (Arrighi *et al.*, 1999: 97).

Una lucha ideológica que implica, en un enfoque situacionista, una estrategia revolucionaria, que se sustente en una “crítica unitaria de la sociedad” que, por tanto, sea una “crítica pronunciada globalmente contra todos los aspectos de la vida social alienada” (Debord, 1967: 121).

Concretamente, la estrategia, según Castells (2005: 220-222), pasa en la actualidad por comprender los cambios que las nuevas tecnologías han impuesto en la nueva “sociedad red”: un “salto” de los tradicionales movimientos sociales que buscan objetivos concretos a las coaliciones construidas en torno a “proyectos y valores”; una mayor dependencia de la comunicación al tener objetivos más amplios; y la vinculación de proyectos alternativos locales con “propuestas globales”.

⁴³ Descartados también quedan las alternativas fundamentadas en movimientos nacionales, donde no se plantea una alternatividad histórica a la ‘estatalidad’ per se, como forma de relaciones de dominio (Arrighi *et al.*, 1999). Esta afirmación se puede trasladar incluso a aquellos estados que, pese a configurarse como alternativas en un marco hegemónico internacional o, incluso desarrollar políticas divergentes con el neoliberalismo actual, mantienen a nivel interno los problemas estructurales de un diseñillo vertical de estado.

⁴⁴ Y la mayoría de los movimientos, aparentemente subversivos, que se enfrentan con ese orden capitalista, contribuyen a su perfeccionamiento. No sólo los reformistas, que disparan sus mecanismos de retroalimentación negativa, con el desorden medido que introducen (el desorden que filtra el análisis de las «condiciones objetivas»), sino, y sobre todo, los radicales ideológicos y los rizomáticos libidinales, que se inscriben en sus mecanismos de retroalimentación positiva, llevando al paroxismo la locura del sistema. (Ibáñez, 1997: 4).

El principal escollo que tienen estas alternativas es que necesitan trasladarse a la ciudadanía. Esto supone, a la espera de que cualquier estrategia de comunicación alternativa tenga un amplio respaldo, depender de los medios de comunicación de masas, que en la actualidad son los únicos que pueden garantizar un acceso a una amplia y variada masa de receptores. Así, la necesaria visibilidad de estas propuestas, recorren en su camino hacia la opinión pública una serie de obstáculos ya observados en la comunicación dominante y que garantizan la mínima repercusión de sus propuestas.

El resultado no puede ser mas desalentador: los medios de comunicación de masas se suman a una estrategia del poder, conscientes de que no pueden evitar la existencia de alternativas, llevan a cabo una doble estrategia de marginación e invitación a diferentes sectores de los movimientos sociales, con el único propósito de “eliminar cualquier cobertura positiva y su repercusión en la opinión pública” y lograr, en ultima instancia, como apunta Toledano (2010: 9), que cada información sobre las propuestas alternativas sea manipulada de tal forma que acabe en un “reforzamiento” del statu quo y de los planteamientos dominantes.

11. Bibliografía

Álvarez, Jesús Timoteo (1987). *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo*. Barcelona, Ariel.

Arrighi, Giovanni, *et al.* (1999). *Movimientos antisistémicos*. Madrid, Akal.

Barber, Benjamin R. (2007). *Consumed: How Markets Corrupt Children, Infantilize Adults, and Swallow Citizens*. Whole, New York, NY: W.W. Norton.

Baylis, John y Smith, Steve (2001). *The Globalization of World Politics*. Nueva York, Oxford University Press.

Berger, Christa (1997). “Campos de confrontación. Periodismo y movimientos sociales” (pp. 109-121) en Entel, Alicia (compiladora): *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*. Buenos Aires, Paidós.

Castells, Manuel (1987). *Movimientos sociales urbanos*. México, Siglo XXI.

- (2005). “Internet y la sociedad red” (pp. 203-228), en De Moraes, Dênis (coordinador): *Por otra comunicación: los media, globalización cultural y poder*. Barcelona, Icaria-Intermón.

Chil, Jorge (1995) *Alternativas*. Bogotá, Grijalbo.

Couldry, Nick (2010). *Why voice matters. Culture and politics after neoliberalism*. Londres, Sage.

De la Mota, Ignacio H. (1988). *Función social de la información*. Madrid, Paraninfo.

De Moraes, Dênis (2005). “El capital de los media en la lógica de la globalización (pp. 145-169) en De Moraes, Dênis (coordinador): *Por otra comunicación: los media, globalización cultural y poder*. Barcelona, Icaria-Intermón.

De Pablos Coello, José Manuel (2001). *Periodismo herido*. Foca, Madrid.

Debord, Guy (1967). *La sociedad del espectáculo*. <http://sindominio.net/ash/espect.htm>

Echeverría, Javier (1994). *Telépolis*. Barcelona, Destino.

Fernández Buey, Francisco (2008). *Guía para una globalización alternativa. Otro mundo es posible*. Barcelona, Bruguera.

Fox, Jeremy (2000). *Chomsky and Globalization*. Cambridge, Icon Book.

Gerstlé, Jacques (2005). *La comunicación política*. Santiago de Chile, LOM.

Gouliamos, Kosta (1995). “Los medios de comunicación y la política americana. Los medios como gobierno en la sombra” (pp. 119-140), en Muñoz-Alonso, Alejandro, y Rospir, Juan Ignacio (eds.). *Comunicación política*. Madrid, Universitas.

Habermas, Jürgen (1998). *Teoría de la acción comunicativa* (volumen II). Madrid, Taurus.

Hall, Stuart (1987). *Policing the crisis. Mugging, the state, and law and order*. Houndmills, Macmillan Education.

Hamelink, Cees J. (1981). *La aldea transnacional: el papel de los trusts en la comunicación mundial*. Barcelona, Gustavo Gili.

- (1998) “Aprendiendo el pluralismo cultural: ¿puede ayudar la sociedad de la información?” (pp. 59-84) en Sánchez de Armas, Miguel Sánchez (editor): *Comunicación y globalidad: ensayos de ecología cultural*. México, Instituto Internacional de las Comunicaciones. Fundación Manuel Buendía.

Heilbroner, Robert (1992). *Twenty-first Century Capitalism*, London, UCL Press.

Held, David (2003). “Cultura nacional, globalización de las comunicaciones y comunidad política” (pp. 33-50) en Sampedro, Víctor y Llera, María del Mar (editores): *interculturalita: interpretar, gestionar y comunicar*. Barcelona, Bellaterra.

Hobsbawm, Eric (1995). *Historia del Siglo XX*. Barcelona, Crítica.

- (2000). *The new century*. Londres, Abacus.

Hudec, Vladimir (1988). *El periodismo: esencia, funciones sociales, desarrollo*. Santiago de Cuba, Editorial Oriente.

Hutton, Will, y Giddens, Anthony (2000). *Global Capitalism*. Nueva York, The New Press.

Ibáñez, Jesús (1997). *Por una sociología de la vida cotidiana*. Madrid, Siglo Veintiuno.

Jenkins, Henry (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.

Karma, Tanius (2001). “Globalización, comunicación y movimientos sociales. Notas para una reflexión a partir de las organizaciones civiles de derechos humanos” (pp. 231-261) en Quirós Fernández, Fernando y Sierra Caballero, Francisco (directores): *Comunicación, globalización y democracia: crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Sevilla, Comunicación Social.

Kovach, Bill (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid, El País Santillana.

Langhorne, Richard (2001). *The Coming of Globalization*. Nueva York, Palgrave.

Lekakis, Eleftheria (2010) *Politics in the pocket? Coffee activism, Political consumerism and Internet*. Tesis inédita. Londres. Goldsmiths Collage. University of London.

Leys, Colin (2001). *Market-driven politics. Neoliberal democracy and private interest*. London and New York, Verso.

Madura, Jeff (2008). *Financial markets and institutions*. Mason, Thompson South Western.

Manning, Paul (2001). *News and news sources. A critical introduction*. Thousand Oaks, New Delhi y London, Sage.

Marí Sáez, Víctor Manuel (2001). “De las banderas al viento a las redes multiformes. Tecnologías de la información, movimientos sociales y cambio social. Contextos, modelos organizativos y estrategias comunicativas” (pp. 211-230) en Quirós Fernández, Fernando y Sierra Caballero, Francisco (directores): *Comunicación, globalización y democracia: crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Sevilla, Comunicación Social.

Martínez Arnaldos, Manuel (1990). *Lenguaje, texto y mass-media: aproximación a una encrucijada*. Murcia, Universidad de Murcia.

McCheseny, Robert W. (2005). “Medios globales, neoliberalismo e imperialismo” (pp. 171-191) en De Moraes, Dênis (coordinador): *Por otra comunicación: los media, globalización cultural y poder*. Barcelona, Icaria-Intermón.

McHale, John (1981). *El entorno cambiante de la información*. Madrid, Tecnos.

Murdock, Graham (1990). “Redrawing the Map of the Communications Industries: Concentrations and Ownership in the era of Privatization” (pp. 1-15) en Ferguson, Marjorie (editor): *Public communication: the new imperatives, future directions for Media*. Londres, Sage.

Pérez García, David (2002). *Técnicas de comunicación política: el lenguaje de los partidos*. Madrid, Tecnos.

Petras, James and Veltmeyer, Henry (2001). *Globalization Unmasked. Imperialism in the 21st Century*. Londres. Zed Books.

Ramonet, Ignacio (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid, Debate.

- (2002) en Ramonet, Ignacio (editor): *La post-televisión: multimedia, internet y globalización económica*. Barcelona, Icaria.

- (2005). “El poder mediático” (pp- 193-200), en De Moraes, Dênis (coordinador). *Por otra comunicación. Los medios, globalización cultural y poder*. Barcelona, Icaria-Intermón

Reardon, Kathleen Kelley (1983) *La persuasión en la comunicación: teoría y contexto*. Barcelona, Paidós.

Reig, Ramón (2005). “La importancia de una visión crítica” (pp. 3-10) y “El largo camino hacia una comunicación alternativa. Pseudodemocracia, comunicación y receptores: una visión teórico-práctica desde bases complejas” (pp. 11-25) en *Anthropos: Hacia una comunicación alternativa. Una visión crítica de la sociedad actual*. Número 209. Barcelona.

Rivière, Margarita (1995). *La década de la decadencia*. Barcelona, Anagrama.

Romano, Vicente (2007). *La intoxicación lingüística*. Barcelona, El viejo topo.

Sampedro, José Luis (2002). *El mercado y la globalización*. Barcelona, Editorial Destino.

Schiller, Herber I. (1980). “Medios de comunicación e imperialismo” (pp. 39-51) en *Cuadernos del centro de estudios de la comunicación. Medios de comunicación, ideología y estrategia imperialista*. Número 5. México, Universidad Nacional Autónoma de México.

Sodré, Muñoz (1998). *Reinventando la cultura: la comunicación y sus productos*. Barcelona, Gedisa.

Steinberg, Jules (1978). *Locke, Rousseau and the idea of consent. An inquiry into the liberal democratic theory of political obligation*. Westport, Greenwood press.

Stiglitz, Joseph E. (2000). *Globalization and its discontents*. Londres, Penguin Books.

Thomas, C. (2001). “Poverty, development and hunger” (pp. 559-581), en *The globalization of world politics*. J. Bylis y S. Smith, eds. Oxford. Oxford University Press

Toledano, Samuel (2010). “Erasing alternatives. Grassroots in Spanish media coverage”. *Media, Communication and cultural*

Studies Association 10 Conference. London School of Economics and Political Science. London.

<http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/MeCCSA/pdf/papers/Toledano,%20S%20%20Grassroots%20in%20Spanish%20media%20coverage.pdf>

Virno, Paolo (2003). *Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*. Madrid, Traficantes de sueños.

Wirth, Louis (1948). “Consensus and Mass Communication”, in *American Sociological Review*, vol. 13, No. 1, pp. 1-15.

Wolton, Dominique (2004). *La otra mundialización. Los desafíos de la cohabitación cultural global*. Barcelona, Gedisa.

Zakaria, F. (1997). “The rise of illiberal democracy”. *Foreign Affairs*. Nov/Dec. pp. 22-43

DESIDERATA

D. / Dña.

S O L I C I T A a la Biblioteca

La adquisición del libro que se cita:

- [] **Territorio, cultura y comunicación en la Unión Europea e Iberoamérica: una propuesta de cooperación interterritorial**
Ramón Zallo | ISBN - 978-84-938428-3-3 / Precio social: 4,50 €

- [] **Contenidos audiovisuales y Cibercultura**
Coord. Ana Sedeño Valdellós | ISBN: 978-84-938428-4-0 /
Precio social: 5,50 €

- [] **Los ‘barrios chinos’, en la prensa tinerfeña de 2007**
Coord. Ciro Enrique Hernández Rodríguez | ISBN: 978-84-938428-5-7 /
Precio social: 5,50 €

- [] **El papel de la prensa tinerfeña en la ‘crisis de las pateras’ de 2006**
Ciro Enrique Hernández Rodríguez | ISBN: 978-84-9384428-7-1 /
Precio social: 4,50 €

- [] **CubaMedia: guerra y economía desde la prensa tinerfeña**
Alberto Isaac Ardèvol Abreu | ISBN: 978-84-938428-8-8 /
Precio social: 4,50 €

- [] **El hábitat de la información**
Samuel Toledano | ISBN: 978-84-938428-9-5 /
Precio social: 4,50 €

Firma del lector / lectora

[Fotocopiar antes de entregar ...]

El hábitat de la información

En una sociedad donde todo es susceptible de terminar absorbido por la maquinaria del consumo, la información se ve abocada a deambular entre los caprichos de un hábitat ciertamente hostil. La globalización, el consenso, la industria, el establishment y otros actores e ideas que protagonizan esta nueva época de cambios, son factores determinantes para el devenir de la información.

El breve análisis conceptual de estos elementos, que aquí se presenta, no sólo es la necesaria aproximación a la naturaleza de estos actores e ideas, sino la mejor herramienta para diseñar e implementar las estrategias necesarias para recuperar la información como un derecho fundamental al servicio de los ciudadanos.



Samuel Toledano. Periodista, consultor, doctor en Ciencias de la Información (Universidad de La Laguna) y director de mediapolitics. Durante los últimos diez años ha trabajado como periodista en la Agencia Efe, en varios periódicos de Canarias y Nueva York, como redactor freelance y en medios alternativos. También ha sido consultor político en Londres, asesor en comunicación política en varios procesos electorales en América Latina (Colombia, Perú, Venezuela) y observador electoral (Paraguay).

En la actualidad es responsable de formación del sindicato de periodistas Upcc-Fesp y desde 1997 es coeditor de la revista y sello editorial La Felguera. Especializado en medios de comunicación de masas, movimientos sociales, periodismo especializado, discurso, elecciones, comunicaciones alternativas y comunicación política, ha impartido cursos y seminarios sobre estas y otras materias afines de las ciencias sociales. Cuenta también con investigaciones publicadas en proyectos institucionales y revistas académicas, así como los libros República de Nueva York (año cero) y Noticias de un puerto. Ha completado su formación con numerosos cursos sobre derecho, docencia, relaciones internacionales, política o desarrollo sostenible en universidades de España y Reino Unido y, recientemente, como investigador visitante en el Centre for the Study of Global Media and Democracy (Goldsmiths, University of London).

ISBN: 978-84-9384-928- 9-5 / D.L.: TF-761-2011 / Precio social: 4.50 €
Sociedad Latina de Comunicación Social, SLCS - edición no venal